



UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

Escuela de Cine

Proyecto Teórico de investigación sobre cine y cultura.

**Nuevas Narrativas interactivas: Del cine a las
plataformas streaming, el caso Netflix.**

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Cine

Autor/a:

Catheryn Melissa Tomalá Flor

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año-2020



Declaración de autoría y cesión de derechos de publicación de la tesis

Yo, Catheryn Melissa Tomalá Flor declaro que el desarrollo de la presente obra es de mi exclusiva autoría y que ha sido elaborada para la obtención de la Licenciatura en Cine. Declaro además conocer que el Reglamento de Titulación de Grado de la Universidad de las Artes en su artículo 34 menciona como falta muy grave el plagio total o parcial de obras intelectuales y que su sanción se realizará acorde al Código de Ética de la Universidad de las Artes. De acuerdo al art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad E Innovación* cedo a la Universidad de las Artes los derechos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, para que la universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando su uso sea con fines académicos.

Catheryn Melissa Tomalá Flor

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Miembros del tribunal de defensa

Agustín Garcells Suárez

Tutor del Proyecto Teórico de investigación sobre cine y cultura.

Arturo Serrano Álvarez

Miembro del tribunal de defensa

María Isabel Carrasco Escobar

Miembro del tribunal de defensa

Agradecimientos:

A mi familia, amigos y maestros que a lo largo de estos años han influido en mí.

A mi padre, que por más descabelladas y extrañas que hayan sido mis decisiones y ambiciones, siempre me apoyo e impulsó a seguir el camino.

Y, sobre todo, me gustaría agradecer especialmente a dos personas: Agustín Garcells, tutor de tesis. Luis Lagos, mi compañero. Ambos han sabido guiar y alentar la realización de esta investigación de la cual me siento finalmente orgullosa.

Resumen

La presente investigación reflexiona en torno a la creación de nuevas expresiones interactivas a partir de las relaciones que se establecen entre las nuevas narrativas cinematográficas y los medios digitales en la plataforma Netflix. Asimismo, hace énfasis en la existencia de una suerte de hibridación entre varias narrativas y mecánicas audiovisuales que conformarían el estado de un cine denominado hipermoderno o hipercine.

En el primer capítulo, se propone el estudio del elemento interactivo en la historia del arte antes del digital (A.D), el cual se definió como *Interactividad Analógica*, y después de lo digital (D.D) denominado como *Interactividad Digital*. El Segundo capítulo analiza el marco teórico y la importancia e impacto que tiene el estudio de nuevas narrativas audiovisuales para el espectador – usuario cinematográfico. El tercer capítulo expone los distintos métodos utilizados por la plataforma Netflix en la medida que deviene catalizador de nuevas propuestas narrativas cinematográficas. Se analiza sistemáticamente el contexto de la plataforma y se realiza el *decoupage* de la película interactiva Black Mirror Bandersnatch (2018).

Palabras Clave: Hipercine, Interactividad, Nuevas narrativas, Netflix.

Abstract

This research reflects on the creation of new interactive expressions based on the relationships established between new film narratives and digital media on the Netflix platform. It also emphasizes the existence of a sort of hybridization between various audiovisual narratives and mechanics that would shape the state of a cinema called hyper-modern or hyper-cinema.

In the first chapter, we propose the study of the interactive element in the history of art before the digital (A.D), which was defined as Analogical Interactivity, and after the digital (D.D) denominated as Digital Interactivity. The Second Chapter analyzes the theoretical framework and the importance and impact of the study of new audiovisual narratives for the viewer . The third chapter exposes the different methods used by the Netflix platform as it becomes a catalyst for new film narrative proposals. The context of the platform is systematically analyzed and the decoupage of the interactive film Black Mirror Bandersnatch (2018) is performed.

Keywords: Hypercinema, Interactivity, New narratives, Netflix.

INDICE GENERAL

Introducción.....	13
Capítulo 1. Antecedentes: Orígenes de la narrativa.	26
1.1 La Interactividad analógica: Arte antes del Digital (A.D).....	26
1.2 La evolución de un género: La narrativa audiovisual.....	29
1.3 Arte después del digital (D.D) Interactividad digital.....	34
Capítulo 2. La interactividad entre las nuevas narrativas y las emociones humanas. 38	
2.1 El factor emocional: control y poder en las narrativas	38
2.2 El nuevo espectador: El Usuario.....	41
2.2.1 Consecuencias en el espectador.....	42
2.3 El usuario creador: entre sentarse a ver y sentarse a hacer.	44
2.4 La nueva mirada del cine expandido: Hacia narrativas colaborativas.....	46
2.4.1 Narrativa multiplataforma, Crossmedia y Transmedia.....	50
2.4.2 Tú eres el héroe: Narrativa en Videojuegos.....	54
Capítulo 3. La singularidad de Netflix: Análisis de la interactividad en plataforma y su contenido.	65
3.1 Un largo camino hacia Netflix.	65
3.1.1 Programación <i>On Demand</i>	67
3.2 El ascenso de Netflix: breve historia.	69
3.2.1 La revolución del <i>engagement</i> : el método del atracón.	71
3.3 Netflix ¿un nuevo género narrativo?	75
3.4 Primeras reflexiones en torno a la plataforma.....	82
3.5 Resultados.	84

3.5.1	Análisis del Caso: Black Mirror Bandersnatch	84
3.6	Análisis de la película interactiva: Jugando con la narrativa.	93
Capítulo 4. Conclusiones.	97
Bibliografía.....		104
Filmografía.....		114
Juegos.....		116

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.1 Comparación de ambas obras [Gerardo Ullivi, "The Greeting", rievistazione di Bill Viola della "Visitazione di Pontormo.png, imagen, s/f, https://i.pining.com/originals/b9/cc/43/b9cc4395cf861b27713f38ac5836d52f.png , consultado el 19 de febrero de 2020].....	30
Imagen 1.2 Proyección de Kinoautomat [s/a, 2016-11-11-20-56-02.jpg, imagen, 2016, https://cineenconexion.files.wordpress.com/2016/11/2016-11-11-20-56-02.jpg?w=1024 , consultado el 5 de febrero de 2020.].....	34
Imagen 2.1 Arribo a la luna [Le centre national du cinema, DRE_wfvX4AAFqfl.jpg, imagen, 2017, https://pbs.twimg.com/media/DRE_wfvX4AAFqfl.jpg , consultado 19 de febrero de 2020.].....	43
Imagen 2.2 Arribo a Pandora [s/a, Site26.screencap.webp, imagen, 2020, https://jamescamerons-avatar.fandom.com/wiki/Site_26 , consultado 19 de febrero de 2020.]	43
Imagen 2.3 Proyección de Movie-Drome para planetarios. [Fondazione Nicola Trussardi, 2676.jpg, imagen, 2014, https://www.fondazionenicolatrussardi.com/wp-content/uploads/2014/03/2676.jpg , consultado el 18 de octubre del 2019].....	47
Imagen 2.4 Claude Monet y los nenúfares - Museo de la Orangerie - París [Antonio Marín Segovia, 39487202134_52a2738255_b.jpg, imagen, 2010, https://live.staticflickr.com/4607/39487202134_52a2738255_b.jpg , consultado el 15 de febrero de 2020.].....	48
Imagen 2.5 Domo terminado. Imagen de Zeiss Optical. [s/a, dome2.png, imagen, 2009, http://domosgeodesicos.blogspot.com/2009/10/historia-walter-bauersfeld-los-primeros.html , consultado 19 de febrero de 2020.].....	48
Imagen 2.6 ejemplo del flujo de la narrativa transmediática. [Long, G. A. Estructura de narrativas transmedia.jpg, imagen, 2007, ICONO 14 – Vol.10/ No.2, consultado 20 de octubre 2019.].....	53
Imagen 2.7 Narrativa embebida explícita [ZonaRed, RETRO 'Zero Wing, imagen, 2015, https://www.zonared.com/analisis/retro-zero-wing-arcade-md-pcecd/ , consultado 20 de octubre 2019.].....	55
Imagen 2.8 Narrativa embebida no explícita [elaboración propia, screenshot bioshock2, 2019]	55
Imagen 2.9 Narrativa implícita embebida [Bethesda contributors fallout 4, Fallout 4 and Gender Roles The Mary Sue, imagen, 2015, https://www.themarysue.com/fallout-4-and-gender-roles/ consultado el 20 23 de octubre de 2019]	56
Imagen 2.10 Mecánica intuitiva en Shadow of the colossus [s/a, maxresdefault.jpg, imagen, 2018, https://i.ytimg.com/vi/UtjUtGH1ofk/maxresdefault.jpg , consultado 25 de octubre de 2019.]	58
Imagen 2.11 Mecánica intuitiva en ICO [s/a, ico-game, imagen, 2018, https://cdn.atomix.vg/wp-content/uploads/2018/02/Ico-game-1024x640-300x188.jpg , consultado 25 de octubre de 2019.]	58

Imagen 2.12 Roll mecánica en la experiencia del juego [s/a, infamous-second-son-gameplay-634760291.jpg, imagen, 2016, http://cdn30.us1.fansshare.com/image/infamous2/infamous-second-son-gameplay-634760291.jpg , consultado el 26 de octubre de 2019.]	60
Imagen 2.13 Roll mecánica en la experiencia del juego [s/a, maxresdefault.jpg, imagen, 2015, https://i.ytimg.com/vi/LbgxoFjtFh4/maxresdefault.jpg , consultado el 26 de octubre de 2019.].....	60
Imagen 2.14 Conexión emocional mediante mecánicas [Jeffrey Parkin, 00386_The_Last_Guardian.0.jpeg, imagen, 2016, https://www.polygon.com/the-last-guardian-guide/2016/12/9/13898692/walkthrough-feeding-trico-again-mine-cart-tunnel-crack-wall-barrel , consultado 28 de octubre de 2019.].....	61
Imagen 3.1 Easter egg 1 [Netflix, Black Mirror: “The national anthem”, screencap, 2011, https://www.netflix.com/ec/title/70264888 , consultado el 4 de noviembre de 2019.].....	79
Imagen 3.2 Easter egg 2 [Netflix, Black Mirror: “shut up and dance”, screencap, 2016, https://www.netflix.com/ec/title/70264888 , consultado el 4 de noviembre de 2019.].....	80
Imagen 3.3 Easter egg 3 [Netflix, Black Mirror: “Hated in the nation”, screencap, 2016, https://www.netflix.com/ec/title/70264888 , consultado el 4 de noviembre de 2019.].....	81
Imagen 3.4 Easter egg 4 [Netflix, Black Mirror: “Nosedive”, screencap, 2016, https://www.netflix.com/ec/title/70264888 , consultado el 4 de noviembre de 2019.].....	81
Imagen 3.5 Easter egg 5 [Netflix, Black Mirror: “Smithereens”, screencap, 2019, https://www.netflix.com/ec/title/70264888 , consultado el 4 de noviembre de 2019.].....	82
Imagen 3.6 Banner que indica la compatibilidad con tecnología Smart [Netflix, 591159_732217.jpg, imagen, 2018, https://e.rpp-noticias.io/normal/2018/12/28/591159_732217.jpg , consultado 5 de noviembre 2019.]....	84
Imagen 3.7 Banner que indica la compatibilidad con tecnología Smart [Netflix, netflix-1024x576.jpg, imagen, 2018, https://www.concierto.cl/wp-content/uploads/2019/11/netflix-1024x576.jpg , consultado el 11 de noviembre del 2019.]	85
Imagen 3.8 Contenido transmedial interactivo [Netflix, Bienvenidos a Tuckersoft, screencap, 2018, https://www.tuckersoft.net/ealing20541/ , consultado 11 noviembre de 2019]	87
Imagen 3.9 contenido transmedial interactivo [Netflix, Bandersnatch, screencap, 2018, https://www.tuckersoft.net/ealing20541/ , consultado 11 noviembre de 2019].....	88
Imagen 3.10 Ejemplo de quick time events en Bandersnatch [s/a, Alice Lowe in Black Mirror: Bandersnatch (2018), screencap, 2018, https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm326385382 , consultado 15 de noviembre de 2019.]	89
Imagen 3.11 Ejemplo de una conversación entre el personaje principal y otro NPC [s/a, 07BandersnatchES03-superJumbo.jpg, screencap, 2019, https://static01.nyt.com/images/2019/01/07/universal/es/07BandersnatchES03/07BandersnatchES03-superJumbo.jpg?quality=90&auto=webp , consultado 15 de noviembre de 2019.]	90
Imagen 3.12 Ejemplo del efecto de tus acciones en Bandersnatch [s/a, Black Mirror: Bandersnatch, screencap, 2018,	

https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm3263788288 , consultado el 15 de noviembre de 2019.]	91
Imagen 3.13 Ejemplo de la creacion de conexiones emocionales en Bandersnatch [s/a, Fionn Whitehead in Black Mirror: Bandersnatch, screencap, 2018, https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm1116304640 , consultado el 15 de noviembre de 2019.]	91
Imagen 3.14 Ejemplo de opciones que marcan el ritmo en Bandersnatch [s/a, Pacman_dies_all_the_time.jpg, imagen, 2018, https://oyster.ignimgs.com/mediawiki/apis.ign.com/black-mirror/9/95/Pacman_dies_all_the_time.jpg?width=960 , consultado el 20 de noviembre de 2019.]	92
Imagen 3.15 Ejmplo de scritps en Bandersnatch [Elaboración propia].....	93
Imagen 3.16 contenido transmedial interactivo [s/a, Nohzdyve, screencap, 2018, https://www.tuckersoft.net/ealing20541/ , consultado 16 noviembre de 2019].....	94
Imagen 3.17 Ejemplo de mecánicas ludo-diegeticas en Bandersnatch [s/a, Screen_Shot_2018_12_28_at_10.56.06_AM.jpg, imagen, 2020, https://i1.wp.com/pousta.com/wp-content/uploads/2019/01/Screen_Shot_2018_12_28_at_10.56.06_AM.jpg?w=1200&ssl=1 , consultado el 19 de noviembre de 2019.].....	95

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 3.1 Evolución cronológica del Canal: Home Box Office (HBO) [elaboración propia]	67
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1 ejemplo del flujo de la narrativa multiplataformática. [elaboración propia] ...	51
Gráfico 2.2 ejemplo del flujo de la narrativa crossmediática [elaboración propia].....	51
Gráfico 3.1 Cronología de Netflix desde 1991 hasta 2018. [elaboración propia].....	70
Gráfico 3.2 Ejemplo de la internacionalización del material audiovisual en Netflix [elaboración propia].....	74

Introducción

La irrupción de las nuevas tecnologías cambió la visión de autores y espectadores acerca de cómo estábamos consumiendo las narrativas del cine. Este cambio se debe a que uno de estos dos, autor o espectador, participa en la historia directamente, cuestión que, hasta el momento, se concebía de manera bastante restringida, es decir, como un proceso pasivo de observación.

Un espectador como observador puede ser importante en la medida que la obra pretende dar un mensaje que trasciende de la pantalla de la sala. Sin embargo, el artista con su obra ha subestimado la interacción de su público, convirtiéndolo en una presencia sencillamente receptora, cuando el potencial de este debería encontrarse en su cualidad co-creadora. La idea de la existencia de un co-creador nace dentro de aquellas expresiones artísticas más dinámicas y lúdicas, como las artes plásticas y las artes escénicas. Sin embargo, en la época “hipermoderna” vienen a ser los videojuegos y medios de comunicación en masa quienes se apropiaron de este concepto (co-creación), transformándolo incluso en entretenimiento.

Es precisamente dentro de esta época que la sociedad se colma de una especie de libertad, movimiento, fluidez y flexibilidad sin precedentes, «volcada hacia el presente y las novedades que trae»¹. El individuo comienza a dejarse arrastrar por sus placeres y seducciones, razón por la cual esta hipermodernidad está caracterizada por la esfera del hiperconsumo: «cada vez se consume más por la satisfacción que produce que por la posición que permite ostentar»².

El objetivo principal de esta tesis es una reflexión en torno a la creación de nuevas expresiones interactivas a partir de las relaciones que se establecen entre las nuevas narrativas cinematográficas y los medios digitales, como la plataforma de streaming *Netflix*. Para ello debemos iniciar planteando lo que parece una obviedad: cada obra tiene un espectador, que

¹ Gilles Lipovetsky, Sebastián Charles, *Los tiempos hipermodernos*, ed. Antonio Prometeo Moya, (Barcelona, Editorial Anagrama, 2004): 25

² Lipovetsky, Charles, *Los tiempos hipermodernos*, 27.

este espectador genere o no una interacción con el producto, está determinada por la intensidad de la inmersión en la narrativa, teniendo en cuenta que el ser humano parece que se deleita más con lo que ve que con lo que piensa. Una vez entendido lo anterior, se plantean una serie de objetivos específicos, a través de los cuales puede identificarse el itinerario de la investigación. En primer lugar, es necesario 1) examinar las diversas narrativas empleadas en y por el arte dentro del marco histórico cultural anterior a las plataformas digitales. En segundo lugar, debemos 2) analizar la evolución de las narrativas dentro del marco de los medios digitales actuales. Seguidamente, es preciso 3) comparar las formas alternativas de la narración en medios digitales no convencionales en base a la necesidad de poder y control. Por último, creímos que lo más lógico sería 4) reflexionar sobre las nuevas técnicas de narración que se establecen entre las narrativas audiovisuales modernas y las plataformas digitales.

Comenzaremos entonces reflexionando desde la simplicidad de nuestro cuerpo: los sentidos. Las emociones del hombre constituyen en esencia ciertos estímulos, reacciones al olor, sabor, sonido, tacto. Desde aquí evocamos, recordamos determinados momentos y, de manera especial, ubicamos aquellas reacciones producidas por estímulos visuales. El ser humano siempre ha reaccionado particularmente a las imágenes, ha sido espectador y creador de imágenes. Cuando vemos la forma de algo que nos gusta o agrada, automáticamente lo asociamos con la felicidad, la ternura, el amor y, por el contrario, cuando percibimos imágenes desagradables o grotescas, nuestras reacciones pueden dispararse desde el miedo hasta el odio, el asco, etc. Las artes se han valido de estas reacciones emotivas para trascender del objeto artístico, de su lienzo, pared, escenario o fotograma.

No obstante, este tipo de co-creación pertenece al universo de las artes más análogas. El objetivo definitivo de nuestra investigación es enfocarnos en aquellas artes que integraron los estímulos y reacciones visuales a la tecnología, como herramienta y motor emblemático, dando como resultado la creación de nuevos lenguajes narrativos. Es así que, en el año 2018, a vísperas de Navidad se estrenó *Black Mirror; Bandersnatch*, la nueva película interactiva para la plataforma Netflix, y con esta, el despegue de un cine que exige un proceso peculiar de creación y entretenimiento.

Estas narrativas contemporáneas dependen de una nueva era tecnológica donde las barreras de lo que vemos, conocemos y sentimos se encuentran disueltas, a pesar de que la intervención de la comunicación en masas redirige el uso de las imágenes y los estímulos como un método de control para multitudes y para los individuos. *EntreTextos* es una revista electrónica semanal sobre estudios de semiótica de la cultura, que en el año 2017 publicó un artículo titulado *El cine después del cine, Comunicación ampliada y entornos transmedia: Videojuegos y cine* escrito por Héctor Gómez Vargas. En el texto se aborda, precisamente, el efecto de la involucración de la comunicación en masas dentro de las artes más tecnológicas, el hecho de que, a través de la mediatización de la cultura, la sociedad genera entornos basados en la novedad. El artículo describe un cine que se apropiaría de las nuevas narrativas que resultan de este entorno *transmedia* que explora y permite incorporar estas perspectivas digitales e interactivas con sus propios lenguajes y estéticas, inherentes a los nuevos medios.

Es precisamente debido a este apogeo de la comunicación digital que las artes audiovisuales logran expandirse y, desde su intertextualidad inherente, preparan el terreno para una forma distinta de participación con y en la imagen, dado que la comunicación y la participación se da de forma instantánea. Como consecuencia de esta adaptación del cine para una sociedad más consumidora y novelada, es que nace un cine más abarcador y fantástico, que Gilles Lipovetsky y Jean Serroy han denominado *hipercine*, en su libro *La pantalla global Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. El texto fue publicado en el año 2009 y cuenta con dos visiones en torno al cine, una completamente social y cultural, mientras que la otra toma el camino del análisis fílmico para explicar desde el cine, cómo se ha dado esta evolución dentro de sus narrativas tanto en guion, montaje y producción. Resulta muy interesante la división de una historia del *cine* y otra del *hipercine* dentro de la *hipermodernidad*, dado que la mirada sobre el destino del mundo *cinematizado* de ambos autores es muy positiva y no le temen a la sociedad en masa, la comunicación globalizada y el mundo *apantallado*, asegurando que este es el camino correcto del cine.

El planteamiento tanto de Lipovetsky como de Serroy, hace referencia a un cine que va más allá de un público que participa desde la butaca. Este *hipercine* confía en un espectador que se ha convertido en un espectador más activo y necesita de una expresión

artística integradora que cumpla con sus exigencias de una narrativa más *transmediática* que la anterior, permitiéndole a la sociedad liberarse como individuos únicos y consumidores globales de información y comunicación. Si bien el optimismo de Lipovetsky idealiza el cine como la herramienta más adecuada para transitar a esta gran *cinematización*, han sido las plataformas *streaming* el eslabón oculto que se presentó como el máximo representante del *hiperconsumo* y de las nuevas narrativas. Las plataformas *streaming* han destronado al cine y la televisión convencionales.

Netflix, como ejemplo de comunicación y participación en masas, confirmó las hipótesis de Arlindo Machado en su *Texto Pre-cine y Post-cine, un dialogo con los nuevos medio digitales*. En la era del post cine, Machado expresaba su deseo de ver un cine que, si bien no trascendía del medio, pudiese concebir un espacio donde coexista la interactividad, la potencialidad y la complejidad gracias al empleo de una «simultaneidad de realidades»³. Parte de esta hipótesis es precisamente la que garantizó el éxito de muchas de las plataformas *streaming*. Actualmente *Amazon prime Video*, plataforma de *streaming* de la compañía Amazon, posee la capacidad de proyectar en tres pantallas de manera simultánea en más de cuatro distintos dispositivos, tanto móviles (laptops, tablets, teléfonos), como en aquellos de escritorio (televisores, computadores). Netflix por su parte arriesgó mucho más, ofreciendo cuatro pantallas simultáneas en muchos otros dispositivos que las demás plataformas *streaming* no ofrecen.

Esta posibilidad de compartir una misma plataforma que maneja una infinidad de contenido, es lo que permite al espectador ampliar su catálogo de decisiones. El espectador deja de regirse por lo que un externo desconocido le obliga a ver, en tanto la conciencia de que maneja a su antojo el contenido dentro de la plataforma, abre en él un nuevo estado creador – activo. Es precisamente este creador – activo lo que sería la pieza fundamental para la evolución del cine dentro de los nuevos medios digitales y tecnologías. Hablar de un cine transformado por las nuevas tecnologías resulta una tarea compleja, es fácil caer en la ficción

³ Arlindo Machado utiliza el término “realidades simultáneas” para describir el proceso de trabajo híbrido que comprendería a la escuela del cine que ya no está separada de las demás escuelas audiovisuales, sino, de tipo simultáneo. Cada nueva generación es apta y capaz se establecer estas conexiones sin ninguna dificultad. Cita: s/a, «Hibridación o el fin de los medios puros» *Kinetoscopio*. s/f: 1-8.

y lo fantástico, pero, parece ser que la evolución del cine le pertenece a la disolución de la línea entre creador – espectador y entre lo pasivo – activo.

Disolver esta línea entre creador – espectador abre la oportunidad de crear nuevas narrativas que permitan ejercer la actividad del ahora llamado «usuario»⁴. Estas nuevas narrativas no precisan de la distinción y originalidad, es decir no requieren ser algo completamente distinto de lo que hemos sido ya testigos, Para generar nuevas narrativas bastaría con emplear expresiones propias de las artes, mediante aquellas nuevas perspectivas propias de los nuevos medios y tecnologías. Es a partir de aquí que empezaría a complejizarse la interactividad del usuario obligándolo a romper con la narrativa canónica y trascender desde la experiencia individual. Cada historia, cada decisión, es completamente única en el rango de lo posible, pues debemos tener presente que la tecnología, si bien tiene un alcance mundial y evoluciona año tras año, también se encuentra limitada por la realidad. Estamos hablando entonces de *un cine después del cine*⁵ y hasta de un *cine expandido*⁶. Este, si bien puede concebirse como una rama de las artes audiovisuales o del videoarte, deviene en una manera de explorar el cine y facilitar la inmersión de los objetos, tanto dentro como fuera de la pantalla, exaltando la relación sensorial entre la imagen digital y la respuesta del espectador.

Esta relación sensorial como respuesta del usuario a la obra, se divide en dos etapas: una completamente de reacción y otra de decisión. Un ejemplo de este tipo de respuestas se encuentra en los videojuegos precisamente porque el placer de la interacción en estos medios radica en el dominio de las decisiones, de transformar la historia, de darle un nuevo desarrollo, participando activamente del material audiovisual. Como ejemplo más claro sobre estas nuevas narrativas que integran y amplían la intervención tecnológica en el arte, deberemos comenzar con la plataforma que hace posible al usuario jugar con sus decisiones,

⁴ El término “usuario” es utilizado bajo el contexto de un espectador que usa, manipula, transforma el material y no solo consume.

⁵ Ángel Quintana, *Después del cine: Imagen y realidad en la era digital* ed. Quaderns Crema, S.A.U. (Barcelona: Acantilado, 2011).

⁶ Gene Youngblood, *Cine expandido*, ed. Sáenz Peña. (Buenos Aires/ Universidad Nacional de tres de febrero, 1970).

dando como resultado un cine más vívido, un arte mucho más activo y películas, precisamente, más interactivas.

Así como *EntreTextos*, hay un gran número de revistas online que ofrecen diversas perspectivas tanto del cine como de aquellas alternativas audiovisuales poco convencionales. Esto se debe a lo prematuro que resulta el objeto de estudio de esta tesis y, por eso, no debe sorprender que exista una significativa diferencia entre la cantidad de artículos de revistas online, en comparación con los textos en formato libro, más contemporáneos, que se permiten discutir sobre estas nuevas narrativas. Por ejemplo, hay que mencionar algunas de las revistas que considero más relevantes, como *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, que en el año 2001 publicó un artículo escrito por Claudia Giannetti, en el que realiza un llamado a la reflexión en cuanto a lo que ella denomina la crisis de la imagen técnica y emergencia del fenómeno visual, debido al incremento de la producción en los mass media y cómo esta interacción entre hombre y máquina se ve más involucrada en el día a día. Por otro lado, la revista *Obra Digital* publica en el año 2015 el artículo *El Documental Interactivo en la Era Transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos*, escrito por Alvaro Liuzzi, en el cual se describe un cine que es atravesado por aquellas narrativas transmedia gracias a la ausencia de límites creativos que ofrece el auge tecnológico y digital. Al respecto, la revista *Estudios Culturales* ya había planteado un escenario lo bastante aproximado sobre este modelo interactivo de nuevos códigos y formas narrativas. Aquí, las autoras de la publicación *Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas*, Cristiana Freitas y Cosette Castro, ya habían expuesto una hipótesis muy similar a lo que hoy ya se denomina como lo transmediático y la narrativa transmedia e interactiva.

Existen también revistas que manejan la cuestión con un carácter más informativo, como *Austral Comunicación*, donde se puede comprender mucho mejor este nuevo concepto que se abrió paso en el cine, específicamente en el artículo *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*, realizado por Carlos Scolari, donde se expone un breve, pero conciso resumen del nacimiento de este nuevo método para contar y comunicar. Por otro lado, y de forma muy necesaria, es importante conocer y entender la perspectiva desde el medio audiovisual que perfeccionó la interactividad con el espectador, es por eso que también

resulta imprescindible examinar publicaciones como *Life Play*, revista académica internacional sobre videojuegos, donde se debate el efecto que tiene precisamente este tipo de interdisciplinariedad, antes solo vista en las artes no digitales.

En cuanto a textos y libros se destacan, evidentemente, *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* de Gilles Lipovetsky y Jean Serroy y *El cine expandido* de Gene Youngblood el cual, a pesar de publicarse a finales de los años sesenta, es el primer libro que condensó en varios ensayos de autor, el pensamiento de que la esencia del arte no tendría por qué disminuir o ser afectada si se ve “intervenida” por la tecnología. Más bien, es debido a esta intervención que se expande el diálogo de las artes hacia nuevas áreas como la cibernética, lo electrónico y lo tecnológico propiamente. Ambos textos son la clave para conocer el antes y después del nuevo audiovisual que Netflix ha empezado a proponer. Otros libros de gran importancia son: *Pre cine y Post cine* de Arlindo Machado, y *Cine después del cine. Imagen y realidad en la era digital* de Ángel Quintana.

Retomando el caso de estudio de nuestra tesis, Netflix constituye la plataforma con mayor éxito a nivel mundial y esto le ha permitido tomar mayores riesgos para producir de manera independiente una amplia variedad de material audiovisual. Poseer la libertad de “experimentar” logró cierta evolución tanto para la plataforma como para el usuario que precisa de ella. Si bien es cierto que Netflix se trata de una de las más completas plataformas de *streaming*, ofreciendo una gran variedad de películas, series y documentales producidos por reconocidas casas productoras (Twenty Century Fox, Walt Disney Pictures, Sony Pictures), la plataforma no se quedó estancada en un solo método de consumo, sino que involucró al usuario dentro una especie de juego para que decida entre lo que *quiere y no quiere ver*.

La mayoría de estas plataformas por demanda les deben su éxito a diversas condiciones. Algunas poseen mayor éxito debido al medio digital / tecnológico en los que pueden ser utilizados, mientras que otras se concentran más en la facilidad con la que puede accederse al catálogo de películas y series, o hasta dirigen su atención a lo accesible que puede ser económicamente para el usuario. Para el 2011, Netflix apuntó también hacia

producciones originales, empezando con la aclamada serie *House of Cards*, estrenada en el año 2013.

Los *streaming* han ganado territorio exclusivamente por pensar en la comodidad de su usuario y en el acceso que tiene a la plataforma. Sin embargo, hay condiciones que, si bien parten desde el usuario, aseguran el ascenso y la posteridad de la misma: 1) producciones originales, 2) compra de derechos que les permiten ampliar biblioteca con diverso material audiovisual, 3) maratones o *binge watching*. Pero, al igual que los medios tecnológicos y digitales, la plataforma continuó evolucionando y para el 2018 se estrenó *Black Mirror: Bandersnatch*, siendo esta su primera película interactiva o episodio interactivo con mayor éxito dentro de la amplia variedad de plataformas de streaming.

Black Mirror: Bandersnatch utiliza precisamente ese juego de decisiones que le hace creer al usuario que controla todos los escenarios como si se tratase de un videojuego, dado que, en las artes digitales los videojuegos fueron los primeros en utilizar la necesidad del hombre por el control y el poder en su beneficio. A partir de esta necesidad de control es que nacen los *game-movie* (término propuesto en esta tesis) como plataformas interactivas. En el caso de *Bandersnatch*... hay que tener en cuenta un antecedente también, *Heavy Rain*, desarrollado para la plataforma Play Station 3 y dirigido por David Cage. Aquí, el jugador o usuario tiene por primera vez en sus manos el destino de tres personajes, con personalidades, decisiones y resultados distintos, mientras que la historia se desarrolla en la medida que se decide por cualquiera de los giros argumentales de la misma.

El uso de la múltiple-perspectiva que ofrecen estos *GameMovies* enriquece tanto la historia en el juego, como también crea un tipo de narrativa que obliga al usuario a intervenir directamente con lo que está viendo en pantalla. En ocasiones la historia se vale del impulso por reaccionar ante lo que vemos frente a nosotros y así poder dirigir la historia a voluntad o, al contrario, es el dispositivo quien manipula al usuario para obligarlo a elegir a favor de continuar con la historia. En fin, que tener la posibilidad de elegir no es algo nuevo para las plataformas de videojuegos ni para las audiovisuales. Recordemos cuando Cartoon Networks popularizó las *batallas cartoon* donde se te permitía votar por tu cartoon favorito en tiempo real. Entonces bastaba con ingresar en la página web y ver como el contador de ese dibujo

animado aumentaba en la pantalla del televisor. A los 12 años, saber que podía elegir el destino de lo que los demás y yo veríamos en televisión ese fin de semana, era casi igual de satisfactorio que elegir una buena película o serie del catálogo de Netflix.

Con el surgimiento de las plataformas de *streaming* se crearon otras posibilidades de narración que suponen determinada transformación del cine, del cómo y dónde consumimos este cine, puesto que estas narrativas nacen a partir de las relaciones que se establecen entre las nuevas expresiones cinematográficas y la invención de nuevos medios digitales. Particularmente ha sido la plataforma de streaming Netflix quien ha incorporado esta participación activa en su catálogo, ya sea como marketing o una genuina exploración por redescubrir a qué nos referimos con *vivir el cine*, tratándose hasta ahora del único espacio de *streaming* con más de cinco títulos interactivos⁷ y la exitosa obra *Black Mirror: Bandersnatch*. En fin, que Netflix experimenta dentro de sus catálogos con narrativas que integran a los nuevos medios y las nuevas narrativas cinematográficas, por lo que será el principal sujeto de estudio en la investigación presente.

Las nuevas narrativas requerirían de un espectador activo y creador, así que parece que el camino al que se dirigen es justamente el de la vivencia y la experiencia cinematográfica más verosímil y tangible posible de todas. Por ejemplo, a inicio del año 2019 la Empresa HTC VIVE, desde su página oficial de twitter, presentó durante el CES 2019 (International Consumer Electronic Show) dos nuevos dispositivos de realidad virtual: el ya conocido HTC Vive Pro Eye y el nuevo HTC Vive Cosmos. Ambos dispositivos poseen nueva tecnología de rastreo ocular que permite al terminal responder con solo la mirada guiada del usuario, así como también se vale del entrenamiento físico. Es precisamente esta inmersión directa, física y virtual, el camino por el cual la tecnología avanza, sin embargo, parece que las narrativas se han quedado estancadas puesto que lo que vemos dentro de estas *realidades virtuales* no son más que acciones o momentos cortos e irrelevantes como encender un auto, un jet, etc. Indudablemente, la intención aquí es que se inmiscuya la tecnología más y más y comience de alguna manera a formar parte de la cotidianidad.

⁷ *El Gato con Botas: Atrapado en un cuento Épico* (2017), *Buddy Thunderstruck y la lista del quizá* (2017), *Stretch Armstrong: The Breakout* (2018), *Minecraft: Story Mode* (2015), *You vs. Wild con Bear Grylls* (2019)

Considero que las plataformas *streaming*, si bien no logran iniciar un cambio radical dentro de las narrativas convencionales, lograrían al menos demostrar que el espectador sí comparte la necesidad de un cine o de historias en las que puede participar y satisfacer su necesidad de creación. El rumbo que podría tener esta evolución y desarrollo de nuevas narrativas es, de seguro, muy incierto dado que las posibilidades tanto desde la tecnología como desde el mismo arte, se muestran diversas y dispersas. ¿Acaso el futuro del cine es crear o mudarse a plataformas como Netflix que brindan la posibilidad de convergencia tecnológica y nuevas narrativas cinematográficas interactivas?

Para la metodología de esta investigación es necesario realizar entonces un análisis exhaustivo del estado interactivo del arte, desde las analógico hasta las más tecnológicas. Por ello, el primer capítulo de esta investigación se basa enteramente en examinar el estado interactivo en ciertas narrativas empleadas en el arte anterior a las plataformas digitales. Con este fin se divide la historia del arte antes de lo digital (A.D) y después de lo digital (D.D), lo cual permite realizar un examen simultáneo entre ambos territorios y sus diversas narrativas.

Dentro de la primera parte del capítulo nos referimos únicamente al arte no digital, el cual entenderemos como arte analógico, pues comprende a todas las expresiones que de alguna forma u otra son realizadas de manera artesanal. Dentro del arte analógico existe una división entre el sujeto creador y el sujeto espectador, por lo que durante nuestro análisis es posible que abordemos principalmente al sujeto espectador, ya sea como espectador de arte o espectador de butaca (cine y televisión). El capítulo explora qué tanto el espectador se involucra, de manera positiva o negativa con la obra. Esto será denominado como *interactividad analógica*.

Por último, en la segunda parte de este capítulo se explora el arte digital, es decir, aquel que utiliza la digitalización de la información como medio de distribución, cuestión que posibilitó la transformación del material. Estas nuevas expresiones digitales del arte se apropian de la interactividad, transformándola a favor de respuestas más activas por parte del espectador y que devienen en la creación de nuevas narrativas.

Si bien parece que el arte analógico constituye el medio ideal de una experiencia de «ilusión estética»⁸ auténtica, a principios del arte digital y tecnológico, aún se puede contemplar la posibilidad de determinada expansión del imaginario. En una película nos incorporamos de manera ilusoria a la acción y esa apreciación estética es sinestésica, es decir, que involucra nuestros sentidos y nuestro inconsciente entre sí, permitiendo una suerte de liberación de los soportes convencionales. Uno de los primeros videojuegos donde aún se conservaba esta capacidad de ilusión estética fue *Colossal Cave Adventure* (1975). El juego era simple, no había imágenes ni secuencias de acciones, solo una pantalla negra en la cual te presentaban un texto describiendo la historia del lugar y del explorador perdido en las cuevas. La misión era elegir las respuestas correctas para desvelar el misterio que encerraba este lugar y poder escapar de allí.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías y de los nuevos medios cualquier experiencia de ilusión estética acabaría por verse comprometida y como consecuencia, deviene en el otro extremo, que se conoce como «desilusión estética»⁹. Se trata entonces, de estas expresiones artísticas que buscan y logran aparentemente perfeccionar la realidad misma, imitándola, simulándola de manera tan exacta que impiden el ejercicio de imaginar fuera de la pantalla también. Queda aniquilado así cualquier tipo de interactividad y, por tanto, la experiencia artística deviene en narrativas que no exigen respuestas más activas por parte del usuario.

Partiendo de la problemática de la desilusión estética, el segundo capítulo consiste en una comparación de las narrativas en medios digitales no convencionales, teniendo como base la necesidad del control y poder. Estas nuevas narrativas se valen justamente de permitir el acceso a toda la información del medio asimilando lo más fielmente posible la realidad. Para ello se utilizan una gran variedad de factores que intentan y logran asimilar en lo posible

⁸ Es decir, que la obra de arte produce una vana recreación de la realidad que hace sentir al espectador una identificación por liberación, ante el fenómeno artístico que percibe. Se produce la ilusión de participar, de compartir un hecho, sin formar parte de él propiamente. Es el caso de una pintura que nos permite contemplar un fragmento de lo real, sin involucrarnos, pero afectando nuestra sensorialidad. La presente (ilusión estética) es una terminología perteneciente a Baudrillard, Jean. Cita: Jean. Baudrillard «Ilusión, desilusión estética», traducido por Mauricio Molina. *Fractal n° 7* (s/l, 2012).

⁹ Jean Baudrillard, «Ilusión, desilusión estética» ...

la realidad. Personalmente creo que la principal motivación consiste en la necesidad de control por parte del usuario, por lo que esa línea que separa al espectador de la obra desaparece sumergiéndolo al usuario, casi obligándolo a transformar la obra respondiendo a impulsos o reacciones.

Este tipo de comportamiento se puso en práctica dentro de las artes más performativas y, posteriormente, se vio potenciado dentro de las narrativas de los videojuegos. *Detroit: Become Human* (2018) sería la versión más compleja de este tipo de narrativa, puesto que tratándose de diversas historias que complementan una central, cada una de nuestras decisiones y las condiciones en las que estas se dan suelen responder a la personalidad que los personajes van desarrollando durante la partida. La narrativa dentro de los GameMovie atañe de manera tal a la toma de decisiones, que estas ya no solo afectan el resultado final de la historia, sino que condicionan a las demás variantes para ese resultado final que se dispone a ser único por y para cada usuario. Una vez establecida la condición que dispone el estado del arte digital, podremos establecer diferencias entre ambas narrativas, es decir que existen aquellas que permiten disfrutar desde la comodidad de una silla, pero hay otras que exigen la tensión, la observación y la selección ante lo que se ve, cuestión que diferenciaremos como *sentarse a ver* y *sentarse a hacer*. A partir de aquí es posible plantearnos pequeñas hipótesis en torno a las narrativas que empiezan a ser posibles dentro de la realidad, tanto del medio digital, como la evolución tecnológica y el desarrollo actual del cine.

Por último, hemos decidido realizar un análisis esquemático partiendo desde el contexto en el que se desarrolló la plataforma Netflix hasta la producción del film interactivo. Netflix es el principal impulsador de esas nuevas narrativas cinematográficas que, así mismo, parece que estimula en el usuario un hiperconsumismo de obras sin restricciones, formándose en él una masa con obesidad mórbida de información llamado *binge watching*. En este sentido, nos parece importante también y como segunda parte y final del capítulo, seleccionar el método *decoupage* para la lectura y análisis del caso *Black mirror: Bandersnatch* de Netflix.

El decoupage consiste en un método analítico dividido en dos fases, una de tipo descriptivo y otra de análisis sistemático. La Fase descriptiva se compone de una descripción

general del film, mientras que la Fase del análisis sistemático, más extensa, se emplea para analizar las relaciones que cumplen cada uno de los recursos narrativos que integran y contribuyen al éxito del film interactivo. Desde aquí intentaremos entonces definir el fenómeno Bandersnatch y meditar sobre las posibilidades y diferencias entre una película o un juego, el debate de una posible monopolización de este material con narrativas interactivas dentro de las plataformas *streaming*. Esto último plantea una interrogante más: ¿será posible que solo la modificación del medio y de la plataforma permita esta interactividad, teniendo en cuenta que este material solo es compatible con ciertos dispositivos, aquellos que manejan tecnología Smart?

Capítulo 1. Antecedentes: Orígenes de la narrativa.

«El hombre en la búsqueda por la explicación de su existencia ha narrado historias de cómo son las cosas».¹⁰

1.1 La Interactividad analógica: Arte antes del Digital (A.D)

A finales de la década del siglo pasado, la libertad que favoreció la experimentación y exploración en las artes, inclinaron la balanza por la búsqueda y respuesta de, lo que considero, una de las mayores interrogantes del mundo artístico: ¿Qué rumbo debería tomar el arte? Durante esta época varios grupos de artistas iniciaron la gran discusión sobre las posibilidades del arte para convertirse en un medio más dinámico y adaptable a todo tipo de materia, técnica, ciencia, electrónica, estilos y reglas. Por otro lado, historiadores del arte como Frank Popper, identifican el estado del arte como aquel que participa de la exploración de su entorno, convirtiendo las relaciones entre el hombre y el medio en más dinámicas. Tanto la música como la literatura, al igual que las instalaciones y los happenings, fueron los principales escenarios utilizados para la exploración del alcance del arte. El dinamismo del método y la técnica dejaría atrás el aspecto estático que hasta ahora arrastraba la obra. Este suceso se denominó «entorno plástico»¹¹.

La evidencia de un entorno plástico está presente, por ejemplo, en el arte realizado por «Fluxus»¹², uno de los primeros colectivos que dedica sus propuestas a la exploración de los límites del arte a inicios de los años 70's. Esto fue bastante controvertido en su momento, pues su principal objetivo era identificar la parte absurda y no convencional del arte. A pesar de que surgió como una revista de enfoque artístico, el grupo dividió sus intereses para organizar conciertos, happenings, esculturas, cine experimental, poesía y pintura.

¹⁰ Vicente Timón Peña, «Imagen narrativa: de la imagen prehistórica a las tecnologías de la imagen», *Icono14* n.º1 (s/l, 2003): 75, <https://www.researchgate.net/publication/28098701>.

¹¹ Frank Popper, *Arte acción y participación, el artista y la creatividad de hoy*, (Madrid: AKAL, 1980), 37, <https://books.google.com.ec/books?id=sMIIniQrbmkC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.

¹² Pamela Muñoz, «Fluxus: La revolución del arte» *Cultura Colectiva* (s/l, 2014), <https://culturacolectiva.com/arte/fluxus-la-revolucion-del-arte>

El colectivo exploró varias filosofías artísticas en un afán por romper la barrera idealista entre el artista y el espectador. Para *Fluxus*, la obra de arte empezaba a reformular el estado de la experiencia pluri-sensorial, una nueva noción del arte entendida como un ciclo de vida que empieza y termina con el espectador. Asimismo, Popper en su libro, sostiene la opinión de que este arte exige al espectador tomar en cuenta la obra con la misma seriedad que el artista. Esta demanda está estrechamente ligada al entorno del que procede, es decir, solo un entorno capacitado podrá exigir tal proceso estético de involucramiento y participación lúdica. Este tipo de «arte acción»¹³ será muy recurrente dentro de la interactividad, la narrativa y el arte.

Existe una variedad de libros, autores y editoriales que empezarán a jugar con el entorno de la obra y la posibilidad de la “acción” dentro de ella. Por ejemplo, el texto «Rayuela»¹⁴ de Julio Cortázar, propone dos lecturas diferentes del mismo, presentadas como “del lado de acá y del lado de allá”. Por otro lado, la serie de textos «Choose your own adventure»¹⁵ resulta también bastante interesante, dado que su lectura está estructurada como si se tratase de un juego de rol. El lector debe ir tomando decisiones considerando la personalidad de sus protagonistas, cuestión que modificará el hilo principal de la historia.

Las múltiples experiencias a partir de la lectura de la obra, constituyen una suerte de *interactividad primitiva* o *interactividad analógica*, una disolución de la barrera que divide al artista del espectador, convirtiéndolos en *mediadores* y *hacedores* respectivamente. Definir al espectador como un *hacedor* implica un proceso creativo más sofisticado en el arte. Este juego en el que está involucrado el espectador es precisamente lo que denominamos como *interactivo*, ya que tanto su nivel de participación como de reacción son de naturaleza mental y física. Sin embargo, cuando nos referimos a *interactividad analógica*, conviene

¹³ El arte acción es una tendencia del arte moderno del siglo XX que se propuso ampliar los horizontes de la experiencia estética más allá de los espacios especialmente dedicados al arte. Para el arte acción es fundamental la participación del espectador, como co-creador de la obra a través de sus reacciones, de su experiencia vital e introspectiva. Los artistas de esta tendencia están radicalmente en contra de la separación entre productores y espectadores. Cita: Itzel Rodríguez Mortellaro, «Artes de acción» *Performancelogia: Todo sobre arte de performance y perfromancistas* (s/l, 2007), <http://performancelogia.blogspot.com/2007/01/arte-de-accin-itzel-rodriguez-mortellaro.html>.

¹⁴ Julio Cortázar, *Rayuela*, (Buenos Aires, Pantheon Books, 1963) edición para PDF.

¹⁵ Edward Packard, R. A. Montgomery, Joe Stretch, *Choose your own adventure*, (Nueva York: Bantam Books, 1979–1998).

entender que lo interactivo (acción/juego) y lo analógico (arte) se comportan a favor de un mismo acto de creación, pero que requiere una nueva forma de participación. Este nuevo método de participación ser conocido como «interpretación estética corporal»¹⁶.

Este término se describe como un aspecto intangible del arte, definición que es acompañada con la que plantea al arte como «una mercancía que no se vende, ni se compra, tampoco es un objeto para contemplar y apropiarse de él, es un acto humano»¹⁷. La interpretación estética corporal precisa de ser efímera, una reacción libre y momentánea dentro del entorno plástico. Una posible explicación de la importancia que tomó la interpretación estética corporal dentro de las artes en general, es el vínculo que tiene el ser humano con el movimiento y el juego. El teatro y la danza fueron las expresiones artísticas que mejor vincularon la participación lúdica con el entorno, mezclando la acción de hacedores y mediadores con la obra de arte, de tal modo que la condición lúdica humana existe para experimentar con su espacio.

Cabe resaltar que la interactividad como la hemos planteado se encuentra aún limitada por el espacio de la obra. Una obra como *Rayuela* de Cortázar, limitaba la experiencia interactiva a dos acciones, es decir, “es lo uno o es lo otro” y de igual manera, el colectivo Fluxus, si bien exploraba y cuestionaba los límites del arte, restringía la experiencia de sus obras a una netamente presencial y auditiva.

No obstante, la interactividad analógica que pretendemos teorizar aquí, realiza una simbiosis entre el aspecto un poco más primitivo de las artes de acción y el arte interactivo. Esta condición interactivo-analógica es precisamente el lugar y la condición del arte a finales del siglo XX. La obra y su expresión artística aquí, exige enteramente de la participación del espectador, que no solo es activa físicamente, sino, que también es plurisensorial, emocional y cinética, es decir, que el arte abre sus posibilidades hacia realidades nunca antes exploradas que se desarrollan dentro de un medio más complejo.

¹⁶ Luis Manuel González-Victoria, «Artes de acción: re-significación del cuerpo y el espacio urbano», *Revista nodo* n.º 10, Vol. 5, (2011): 56-72.

¹⁷ Itzel Rodríguez Mortellaro, «Artes de acción»

1.2 La evolución de un género: La narrativa audiovisual.

Cuando nos referimos a la *narrativa audiovisual*, debemos tener en cuenta la aparición de nuevas expresiones y medios, artísticos o no, como el cine, la televisión, el video, el internet y los celulares. El traslado de un entorno plástico a un entorno audiovisual trajo consigo la renovación de determinados elementos dentro de las expresiones artísticas.

El entorno audiovisual tuvo una retroalimentación de la interactividad analógica, que afectaba directamente el estado del espectador y el carácter interdisciplinario en la expresión artística. La narrativa en el audiovisual adoptaría un nuevo sistema de lectura denominado «la mirada»¹⁸, expresión que se atribuye a Regis Debray. Pero, ¿en qué consiste la mirada? El término *la mirada* suele emplearse en el contexto de las expresiones audiovisuales, sin embargo, hay que tener en cuenta que se trata también de una noción proveniente de las artes plásticas como la pintura, la escultura, el dibujo, la arquitectura y de toda obra que permanece, por decirlo de algún modo, detenida en el tiempo.

Con el objetivo de sustentar todo lo anterior y confirmar que la interactividad analógica se encuentra relacionada aún con las narrativas audiovisuales, tomaremos como ejemplo la obra video/instalación *The greeting* (1995) del artista Bill Viola. Si bien, sus obras utilizan el medio audiovisual, las mismas permanecen detenidas en el tiempo jugando entre la «mirada plástica»¹⁹ y la mirada del audiovisual. La obra está inspirada en el cuadro *La visitación* (1514) de Jacobo da Portomo, apropiándose de su narrativa sugerente de movimiento por medio de líneas, color y composición. Bill Viola toma estos elementos y los expone fielmente durante 10 minutos mediante un video reproducido a cámara lenta. El artista, al apropiarse de la mirada plástica trae consigo esta lectura sosegada tanto de la obra como del espectador. Ambos, espectador y la obra, se permiten permanecer uno frente al otro la suficiente cantidad de tiempo para ser minuciosamente examinados. En otras palabras, la

¹⁸ Regis Debray. «Las tres edades de la mirada» en *Vida y muerte de la imagen: Historia de la mirada en Occidente*. Ed. Paidós Comunicación vol. 58 (Barcelona: Editorial Paidós, 1994), 175 – 192.

¹⁹ Tomando como referencia el texto de Regis Debray “*las tres edades de la mirada*”, podríamos establecer la *mirada plástica* como parte del período de la gráfosfera. El periodo sugiere la libertad tanto del arte (imagen) como del artista. El deleite y la contemplación de la imagen es un reflejo directo la mirada que ve claramente y a fondo.

mirada plástica permite que la narrativa dentro de la obra audiovisual no delimite la mirada del espectador, sino que lo invita a explorar detalladamente cada elemento que compone la obra.

Izquierda: *La visitación de Carmignano* (1514) de Jacobo da Pontormo.

Derecha: *The greeting* (1995) de Bill Viola.



Imagen 1.1 Comparación de ambas obras [Gerardo Ullivi, 'The Greeting', rivisitazione di Bill Viola della "Visitazione di Pontormo.png, imagen, s/f, <https://i.pinimg.com/originals/b9/cc/43/b9cc4395cf861b27713f38ac5836d52f.png>, consultado el 19 de febrero de 2020]

Machado en el texto *Pre cine y post cine* difiere de esta mirada plástica y propone que existe una individualización de la mirada dentro de la narrativa audiovisual. Pero ¿a qué nos referimos con un carácter individual en la mirada? Ciertamente lo individual no comparte esta libertad que propone la mirada plástica, al contrario, se define como una mirada controlada sobre la imagen. Este sistema de mirada individual permitiría al espectador concentrar su visión en lo más importante dentro del cuadro. Un posible efecto de esta contemplación limitada repercutiría en la narrativa dentro del cuadro: «El cine en primera instancia quería controlar la narrativa individual de la obra, por eso idearon técnicas para limitar a lo que el autor quería que se vieran en su cuadro de imágenes simultáneas...».²⁰

²⁰ Arlindo Machado, *Pre-cine y post-cine: en diálogo con los nuevos medios digitales*. - 1a ed. (Ciudad Autónoma de Buenos Aires: la marca editora, 2015), 105.

Por ejemplo, estos límites pueden manifestarse disimuladamente (movimientos sutiles de cámara, efecto de luces, composición del cuadro, entre otros) o de manera evidente (uso de planos, movimientos toscos de cámara). Del mismo modo que en los mosaicos de la época bizantina, los cineastas emplearan también la linealidad en la narrativa de sus historias. Por lo que esta mirada audiovisual seguirá ese patrón de enlazamiento directo de una imagen seguida por otra. Esta «linealización de la imagen»²¹ funciona gracias al método de escritura empleado en el cine: el plano.

La unión de estos planos es la base de toda narrativa cinematográfica. El montaje permite que estos elementos no se pierdan dentro de su individualidad intrínseca, es decir, para la narrativa cinematográfica cada imagen empleada individualmente, en conjunto y en conciencia de perder la libertad, se unen para la historia. Gracias a esta fragmentación de acciones y el «encadenamiento lógico»²² de las imágenes, estas se llenan de significado y complejizan la narrativa, mientras el artista las reordena con el objetivo de conducir la mirada en su obra. De esta manera, el espectador contribuye también con su mirada y lectura con el fin de demostrar estas acciones simultaneas e historias complejizadas.

Para cuando nació la televisión, el cine ya había completado la madurez en su narrativa. Es posible que esta madurez narrativa se haya convertido en un modelo a seguir para la gran mayoría de los programas de televisión, todavía más en la actualidad. No obstante, en los inicios de la televisión muchos comunicadores audiovisuales afirmaban que la narrativa en la televisión era un tema bastante diferente.

El discurso narrativo audiovisual es uno de los rasgos más distintivos del material televisivo... tiene un gran impacto para la televisión, dado que comprende técnicas de “embellecimiento”, como la selección de la imagen, la explotación visual, la combinación de imagen y texto, la naturalización de la existencia de la cámara o multi-cámaras, la puesta en escena, el montaje, los marcos

²¹ Machado, *Pre-cine y post-cine...*, 105.

²² Machado, *Pre-cine y post-cine...*, 106.

interpretativos y demás códigos visuales que favorecen a dos de los géneros predominantes en la narrativa televisiva: el melodrama y la información²³.

El discurso narrativo o la narrativa en la televisión, comprende determinadas estructuras de la ficción para el registro de ciertas realidades de entretenimiento, informativas, dramas deportivos, dramas informativos, etc. La televisión, como un medio de tipo más social, necesitó que su discurso narrativo tuviese cierta capacidad de involucración o interacción con el televidente.

La narrativa en la televisión cubre varias necesidades humanas al materializar audiovisualmente ciertas fantasías, ya sea por medio de un relato ficticio, o cumpliendo con ciertas ritualidades de la cotidianidad, el registro de acontecimientos y el contar historias. De la televisión emergieron nuevos elementos que contribuyeron con el discurso narrativo audiovisual, como es el caso de la condensación de historias para la publicidad. Por ejemplo, la propaganda de fideos Doña Petroña, en 0:48 segundos nos entrega de principio a fin una acción entretenida, informativa y artificiosa de la realidad. Otros elementos narrativos aportados por la televisión son: 1) la dilatación de la historia, 2) la confusión de fronteras entre ficción y documental, 3) los programas intergéneros (aquellos programas de recortes o que involucran varios géneros para rellenar horas de transmisión, por ejemplo: *Vamos con todo*, *En contacto*, *¿Aló qué tal?*). Pero mucho más importante, podría ser posible que la televisión constituya el primer medio audiovisual de tipo interactivo en cuanto tal. Una posible explicación de esto se encuentra en el carácter fragmentario de la narrativa televisiva.

En pocas palabras la fragmentación del material audiovisual en la televisión responde a un tipo de espectador diferente al espectador de las salas de cine. Ambos tienen la necesidad de consumir historias, pero el espectador de la televisión es más dinámico en relación con el medio. Esto último se realiza por medio de varios tipos de fragmentación como:

- 1) La genérica, que se produce en programas de larga duración en los que se incluyen distintos géneros, 2) la temática, bastante común en los informativos, 3) la formal, es decir, la publicidad que se emite dentro de los

²³ María Rosa Pinto Lobo, «El discurso narrativo en televisión.» *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, N.º. 1 (s/l, 1995): 69, <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC9595110069A>

programas, 4) la transversal, que se desarrolla entre los programas de la misma cadena o entre los de distintas cadenas y 5) la individualizada, la que el propio espectador es capaz de realizar. Dentro de la fragmentación individualizada se distinguen diversas modalidades, entre las cuales nos interesan particularmente los *Zapping*, *Grazzing* y *Flipping*. *Zapping* es el cambio de cadena para evitar ver cosas que no nos interesan, es decir, es la facultad de pasar rápido lo que no interesa. El *Grazzing*, comprende saltar de canal para seguir dos programas simultáneamente. Por último, el *Flipping* se trata de cambiar por cambiar sin ver nada²⁴.

Estas narrativas o discursos narrativos audiovisuales, constituyen el fundamento de diferentes técnicas tanto cinematográficas, como televisivas, que, a diferencia de la narrativa plástica, precisan “domesticar y educar” a su espectador, instruirlo sobre cómo debe participar e interactuar con la obra. Al respecto, no debe sorprendernos que dentro de la narrativa televisiva fue preciso introducir técnicas que el cine no necesitaba, con el objetivo de mantener la atención y satisfacer ciertas necesidades de sus televidentes.

Está claro que ambos medios explotaron todos sus potenciales narrativos para involucrar al espectador y satisfacerlo, ya fuera por medio de un relato real o uno ficticio. Sin embargo, la televisión tuvo ya sus primeros ensayos interactivos involucrando al espectador por medio de compras de productos anunciados en televisión y la posibilidad de elegir el destino de uno o varios participantes dentro de programas *realities* mediante votos por llamadas y mensajes en directo. Mientras que el cine jugó con esta interactividad ficticia al hacer creer a sus espectadores que tenían el control del final de ciertas historias o de ciertas decisiones del protagonista.

Es el caso de lo sucedido en el estreno de la película *Kinoautomat* (1967) de Radúz Činčera, Ján Roháč, Vladimír Svitáček. Gracias a una de sus proyecciones más recientes se pudo describir el procedimiento utilizado para llevar a cabo esta práctica interactiva. «Así, la

²⁴ Iris Medrano, «Narrativa audiovisual: Narrativa televisiva» (s/l, 2009): 5, [irismedrano.files.wordpress.com > 2009/01 > narrativa-audiovisual](http://irismedrano.files.wordpress.com/2009/01/narrativa-audiovisual).

sala donde se proyectó este filme se encontraba preparada, de manera tal, que desde cada asiento el espectador podía controlar dos botones, uno rojo y otro verde²⁵».

Proyección de Kinoautomat en el año 2016



Imagen 1.2 Proyección de Kinoautomat [s/a, 2016-11-11-20-56-02.jpg, imagen, 2016, <https://cineenconexion.files.wordpress.com/2016/11/2016-11-11-20-56-02.jpg?w=1024>, consultado el 5 de febrero de 2020.]

Para cuando el medio tecnológico audiovisual de analógico se transforma en digital, la narrativa y su carácter interactivo evoluciona todavía más, creando un nuevo escenario mucho más complejo, tanto para el artista, como los comunicadores y espectadores.

1.3 Arte después del digital (D.D) Interactividad digital

Para cuando los medios audiovisuales se trasladan al formato digital, el método interactivo que se había conocido hasta el momento se expande y su potencial sobrepasa los límites conocidos dentro de las narrativas audiovisuales. Es decir, esta transición «abrió nuevas puertas para la transmisión de contenidos multimedia con mayores niveles de interactividad»²⁶. La fantasía interactiva debía involucrar al espectador directamente con el

²⁵ s/a, «Kinoautomat, el primer largometraje interactivo, medio siglo después» *Cine en conexión* (noviembre, 2016). <https://cineenconexion.wordpress.com/2016/11/23/kinoautomat-el-primer-largometraje-interactivo-medio-siglo-despues-conexion-praga-parte-1/>

²⁶George Lekakos, Konstantinos Chorianopoulos, Keorgios Doukidis, *Interactive Digital Television: Technologies and Applications*, (IGI Pub., 2008) Citado por Reinier Millo Sánchez, Carlos Morell Pérez: Carlos García González, Irina Siles Siles. «La interactividad en la Televisión Digital: su desarrollo en Cuba» *Revista cubana de ciencias informáticas* vol.12 no.1 (2018)

medio, pero el cambio hacia una interacción directa solo se lograría si tanto espectador (*emisor*) como el medio (*receptor*), contaran con una retroalimentación a través de un canal de retorno.

El canal de retorno se identifica como otro medio de comunicación que envía y recibe datos de información de manera instantánea a y desde el espectador, posibilitando una interactividad de tipo más dinámico y directo. Algunos de estos canales de retorno son 2G, GPRS/UMTS, 4G, ADSL, Modem, Wifi, Ethernet. ¿Por qué es importante conocer estos canales de retorno? Se considera que el canal de retorno es el responsable del nivel de interacción que puede tener el televidente, internauta, etc. y se lo clasifica en tres niveles: «Interactividad local, Interactividad con canal de retorno e Interactividad avanzada»²⁷.

Estos tres niveles podríamos resumirlos de la siguiente manera: La interactividad local comprende a un individuo que actúa con el contenido que llega a través de la transmisión o que se encuentra almacenado en el receptor, es decir, un contenido multimedia procesado en demanda del espectador. La interactividad con canal de retorno requiere la existencia de una retroalimentación de datos unidireccional, de manera tal que el televidente es capaz de visualizar e interactuar con los contenidos adicionales y enviar información por el canal de retorno. Esto le permite enviar respuestas del espectador e incluso comunicarse con otros usuarios permitiendo la participación en concursos, votar, enviar mensajes, realizar solicitudes o enviar mensajes a través de la aplicación interactiva. Por último, la interactividad avanzada es la que permite una interactividad completa. En este nivel es imprescindible contar con un canal de retorno de banda ancha (internet) de tipo bidireccional, a través del cual el espectador puede enviar y recibir información personalizada. Generalmente se utiliza para incorporar en los receptores los servicios de mensajería, acceso a internet, video bajo demanda (VoD por sus siglas en inglés), comercio electrónico, entre otros. En este caso, la información enviada no tiene que ser necesariamente procesada en un

²⁷ Millo Sánchez, Morell Pérez, García González, Siles Siles. «La interactividad en la Televisión Digital...», 207 – 210.

servidor de la cadena televisiva, sino por servidores en internet encargados de proveer estos productos.

La interactividad digital se desarrolla alrededor de las necesidades de un público determinado de espectadores. Aunque eso sea en cierta medida la verdad, los medios también se vieron obligados a encontrar nuevas técnicas que les permitieran recuperar el interés de una sociedad que se encontraba en la transición del *offline* a *online*, con el surgimiento de lo que conocemos como la *World Wide Web* (*www*) en la década de los 90'. La *World Wide Web* en principio solo ofrecía contenido textual, presentado como hipertextos o *links*, que, aunque parezca poco, significaba ya el nacimiento de la dinámica multimediática de información y comunicación. Podríamos decir que se trataba de los inicios de la disolución de las fronteras entre medios.

Con la digitalización del contenido y de la información se aseguró la efectividad en la distribución por medio de una gran variedad de canales. Esta «multi-entrega simultánea»²⁸ permitió la producción de un tipo de contenido que explotaba estas nuevas dinámicas multimediáticas, lo cual precisó de nuevas narrativas que explotasen y pusieran a prueba al medio mismo.

El entorno en el cual se va generando la información es el causante del surgimiento de una nueva sociedad mediática con su propia cultura. En fin, que el espectador se transforma en uno más participativo y responsable de que los medios respondan a ciertas necesidades humanas y también ciertos excesos hedonistas. Este comportamiento denominado «media watchdog»²⁹, ubica al espectador en una calidad de datos vigilantes que le proporciona a la red la información en calidad digital de su entorno, sus gustos, sus preferencias, etc. que posibilitan que el medio (internet) involucre al espectador en la interactividad, ya sea por publicidad, mensajes, enlaces, ventas, entre otros. Por su parte, es

²⁸ La llamó de esto modo ya que mucha de la información y procesos, sino son todos, ocurren de manera simultánea y multidireccional tanto desde el emisor como del receptor y del receptor hacia el emisor. Cita: Ángeles Cabrera Gonzales, «La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital» *Icono14*, n.º 15 (Madrid, 2010)

²⁹ Ángeles Cabrera Gonzales, «La interactividad de las audiencias...», 169.

posible que esta interacción directa también desencadene una mayor exigencia de participación por parte del espectador hacia el medio.

En fin, podemos decir que la calidad de la participación e interactividad digital transforma al espectador en un usuario exigente, es decir, que siempre necesita más, por lo que es hiperactivo y convierte al “autor” claramente en un mediador y al medio en el puente de convergencia con otros medios, en virtud de la misma interactividad. El diálogo directo con el espectador favorece la comunicación, la hace más flexible, directa, dinámica y multimediática.

Pero el éxito, la aceptación y la normalización de la participación e interacción entre varios medios, recae por completo en la facultad adaptativa de la narración con el medio emergente o su entorno plástico. Es así que el medio precisó de nuevas narrativas que le faciliten la transición a la digital y le permitiesen la exploración de su alcance mediático.

Capítulo 2. La interactividad entre las nuevas narrativas y las emociones humanas.

«la historia no se cuenta: se prepara para ser vivida»³⁰

Determinadas narrativas en los medios digitales responden a necesidades y vínculos emocionales específicos del ser humano. Con la aparición de un nuevo entorno para el desarrollo de estas narrativas, era de suponer la posibilidad de una bifurcación que permitiese a las narrativas audiovisuales la creación de sus propias maneras de “contar una historia”. Este grupo de narrativas alternas son aquellas que priorizaron la respuesta directa, multimediática y de inmersión en el relato. Las principales bases teóricas presentadas en este capítulo, partirán bajo esta premisa.

Cabe resaltar que el principal problema para la presentación de estas narrativas alternas se debe a la novedad de su origen. Los estudios resultan escasos, al igual que los referentes teóricos, por lo que para la investigación acudiré a extractos de textos, revistas online y conferencias que presenten alguna relación con el objetivo principal de la tesis. Con el previo estudio cronológico presentado en el capítulo anterior, debe ser más sencillo entender *por qué* mucho de los cambios en las artes fueron continuos y, de algún modo, complacientes con su público. De igual manera el carácter narrativo en las audiovisuales no se resistió al cambio condicionado por ciertos vínculos emocionales, posiblemente creados por la *imagen reflejada* del espejo negro (pantallas), como si se tratase de una suerte de alter ego del usuario. Puede sugerirse que estos vínculos emocionales responden a dos exigencias: una de poder y control (necesidad subconsciente) y otra más colaborativa (consciente).

2.1 El factor emocional: control y poder en las narrativas

Bajo la hipótesis «el estudio del ser humano constituye el eje principal de la realidad social»³¹, Michel Foucault examinó el comportamiento del sujeto en relación a ciertos modelos de poder social que se reflejan también en su cuerpo, gustos y emociones. La hipótesis general de su trabajo nos permite reflexionar sobre ciertos dispositivos de poder y

³⁰ África Curiel, «El videojuego como medio narrativo» *Universidad de Sevilla* (España, 2015): 88, www.academia.edu › *El_Videojuego_como_Medio_Narrativo*

³¹ Alexis. Sossa Rojas, «Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo», *Polis*, Revista latinoamericana. (abril, 2012), <http://journals.openedition.org/polis/1417>

cómo a través de estos, se normalizan algunos saberes y verdades, invencibles e invisibles, ante las transformaciones de una sociedad, razón por la cual examina también otras entidades como la belleza, la medicina o el cine, la cuales contribuyeron con algunos estándares culturales y estéticos.

Su estudio se concentra en tres aspectos fundamentales, a saber y en concordancia con el título de su tratado, la Verdad, el Poder y la Disciplina. A los efectos de la investigación presente, quizás el segundo nos interese de manera más decisiva. No obstante, estos tres aspectos se han convertido en las bases de todo comportamiento tanto socio-económico, como socio-cultural.

Foucault reflexiona en torno a la economía política de la verdad, siendo esta “verdad” sometida a estrictas normas económicas y objeto de una inmensa difusión y consumo; la producción y transmisión no es exclusiva de un determinado grupo social pero sí es dominante de algunos aparatos políticos o económicos. La verdad viene siendo el núcleo de todo un debate político y enfrentamiento social ligado a sistemas de poder que lo producen y sostienen, es decir, la verdad podría bien ser manipulada por la producción de «discursos verdaderos»³² o estrategias sociales a través de los cambios históricos. Un ejemplo de la efectividad de la manipulación mediante el uso de los discursos verdaderos serían ciertos movimientos sociales, como la comunidad homosexual, que se ha visto sujeta a estrategias sociales y económicas, desde ser considerada pecado a transformarse en iconos de libertad y liberación sexual.

Si la verdad se premia y se castiga bajo su propio régimen de calificación debe implementar a su vez ciertos discursos de poder, con el fin de distinguir alocuciones falsas, sanciones, técnicas y procedimientos, esto significaría que la verdad está estrechamente relacionada con el poder: «El poder se encuentra en el hombre mismo, no es algo externo que lo oprima o esclavice».³³ Si bien, Foucault define la verdad como una extensa red de relaciones, esta no es algo exclusivo, perteneciente a un grupo determinado o a una persona en particular. No obstante, el poder tiene la capacidad de condicionar el comportamiento o

³² Sossa Rojas «Análisis desde Michel Foucault...», 28

³³ Sossa Rojas «Análisis desde Michel Foucault...», 28

conductas de masas por medio de un camino sin violencia y sin fuerza, al menos aparentemente.

La estrategia del poder para la normalización de estas verdades, es entonces la disciplina, mediante lo cual se asegura que las normativas generadas desde las estrategias sociales mencionadas anteriormente se cumplan. La disciplina permite la ejecución efectiva tanto de la aceptación como de la realización de las prácticas de verdad y poder: «La disciplina ‘fabrica’ individuos; es la técnica específica de un poder que se da a los individuos a la vez como objetos y como instrumentos de su ejercicio»³⁴. Es así que los tres conceptos VERDAD, PODER y DISCIPLINA, podemos entenderlos como la formación del individuo en cuanto tal, su cultura, sus gustos, sus respuestas y transformaciones ante la sociedad. Pero, ¿cómo esto se relaciona con la formación de un vínculo emocional dentro de una narrativa audiovisual hipermoderna?

A pesar de que no hemos encontrado referencia a la existencia de un componente emocional estrechamente atado al consumo de los medios audiovisuales, este se puede deducir en la relación de dos factores: la subjetividad y la belleza. La hipótesis que involucra lo emocional con el consumo audiovisual, quizás se corresponde a lo que se conoce dentro de las estrategias de marketing como «*branding emocional*»³⁵, lo que probablemente se debe entre otras cosas a que:

- La subjetividad se encuentra invadida con imposiciones desde el sistema de producción.
- El cuerpo como protagonista de las sociedades modernas, constituye una expresión y emblema de libertad, identidad, belleza, salud, prestigio, perfección, etc.
- La subjetividad se encuentra abocada plenamente a la interminable tarea de ser y seguir siendo un artículo vendible.

³⁴ Sossa Rojas «Análisis desde Michel Foucault...», 28

³⁵ El *branding emocional* es una estrategia publicitaria que tiene como objetivo establecer una conexión emocional con el público. De hecho, si piensas en tus decisiones de compra, tanto impulsivas como reflexivas, te darás cuenta de que, en gran medida, están determinadas por tus emociones y sentimientos.

- Prácticas como el consumo, ligado a los procesos actuales de individualización, hacen que consumir hoy no tenga como esencia el satisfacer necesidades, ya que el espíritu que lo mueve son los caprichos o el deseo, algo mucho más vago que las necesidades.
- El cuerpo humano está planteado como un alter ego del hombre: sigue siendo signo del hombre, sin ser más hombre por esto.
- El cuerpo constituye uno de los pocos elementos donde se puede ejercer un control cotidiano y he aquí donde los planteamientos de Foucault cobran fuerza, pues la relación de poder se vuelve invisible, ocultando que esto obedece a una estrategia de poder.

El factor emocional es imprescindible para la conformación de algunos micro-poderes, para el consumo de aquello que aparentemente podemos controlar o que se nos permite controlar. Si bien nos estamos refiriendo a cuestiones estrictamente estéticas, habría que preguntarse cómo estas necesidades desde una realidad sugerida, repercuten en escenarios más pequeños e íntimos, como por ejemplo en la pantalla de nuestro ordenador.

Las nuevas narrativas en la hiper-modernidad audiovisual toman en consideración seriamente esta nueva clasificación de necesidades para satisfacerlas, pero ¿cómo lo hacen? Todo parece indicar que, precisamente, a través de la suplantación de estas estrategias (verdad, poder y disciplina) y la creación de sus propias realidades y verdades en un universo aparentemente controlable, pero con el fin de satisfacer aquel vínculo entre «lo que se es y se quiere ser» de la imagen reflejo.

2.2 El nuevo espectador: El Usuario.

Entonces, ¿cómo funcionan estos nuevos modelos de poder para el cine? ¿En qué momento comenzó a cambiar el criterio acerca del espectador audiovisual? Dentro de la teoría del cine de la primera década del siglo XXI y, debido al alcance de la tecnología digital, es que se inicia la discusión sobre el destino del cine. A este tema se le conoce como “cine después del cine”, nombre que asumo, aparece durante la segunda década del siglo XXI, en textos como *Después del cine* (2011) de Ángel Quintana, *Cine después del cine* (2016) de Jorge La Ferla o *Film after Film* (2012) de J. Hoberman.

Tanto Quintana como Lipovetsky y Serroy, comparten una visión parecida sobre las oportunidades del cine frente a otros medios de tipo digital cuyo objetivo principal es satisfacer, precisamente, las necesidades de verdad, poder y control. Pero, ¿cuáles son con exactitud estas oportunidades? Lipovetsky y Serroy, en el texto *La pantalla global Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* se plantean primeramente resolver dudas en relación al valor que tiene el cine una vez que abandona la unipantalla o pantallas únicas (pantallas de un solo espejo) y se encuentra con la competencia de un nuevo formato de imágenes y el nuevo grupo de pantallas inexploradas.

Para distinguir la dirección que toma el pensamiento de ambos autores me tomaré la libertad de sistematizarlo a partir de dos distinciones: una que comprende las consecuencias en el espectador del cambio y popularización del producto cinematográfico y otra que comprende al cambio de la imagen en distintos dispositivos ajenos al cine.

2.2.1 Consecuencias en el espectador

La proliferación de pantallas, es decir, el aumento del número de dispositivos en los cuales se puede consumir el mismo o diferentes contenidos de manera simultánea, afecta en cierta medida la sensibilidad del público. La aniquilación de la experiencia mágica durante la práctica ritualizada de “ir al cine”, parece que es el resultado de democratizar el espacio de ejercicio de convivencia colectiva durante el ritual cinéfilo. Es imposible negar que la migración hacia otras pantallas resulta en una experiencia completamente diferente a la que el espectador vive dentro de las salas de cine. La sala oscura, el sonido envolvente y la vivencia colectiva es lo que contribuye con esa experiencia *mágica* que, caso contrario, deviene en una experiencia más individual, selecta, sofisticada.

Este «hiperindividualismo y consumo»³⁶, propio de la migración de pantalla, será responsable del juego entre pantalla, emoción y producto. La hiperindividualización puede ser tomada como un proceso selectivo del ambiente mágico de una sala de cine. Colocar en las manos del espectador la selección del espacio por el cual efectuará la experiencia mágica,

³⁶ Lipovetsky Gilles, Jean Serroy. *La pantalla global, Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. ed. Antonio Prometo Moya (Barcelona/ Editorial Anagrama, 2009), 65.

le otorga un nuevo poder al sujeto. Pero ¿qué implica este cambio en el espectador? La respuesta es simple: transformación de la experiencia cinematográfica y comprometimiento de la experiencia mágica.

Esta transformación involucra al dispositivo del cine y al relato. El modo de contar aquellas historias cambiará en la medida que, tanto los creadores, espectadores y el dispositivo, permitan que cambie la esencia de la narración. No podríamos imaginar *Avatar* (2009) de James Cameron realizada en la misma época que *Le Voyage dans la Lune* (1902) de Georges Méliés fue producida. Ambos filmes responden a su época en la historia del cine y en la historia del espectador de cine. Lipovetsky y Serroy clasificarían este comportamiento visto en la película *Avatar* (2009) como parte de un proceso constitutivo del cine hipermoderno titulado «la imagen-exceso»³⁷.

Avatar (2009) de James Cameron



Imagen 2.2 Arribo a Pandora [s/a, Site26.screencap.webp, imagen, 2020, https://james-camersons-avatar.fandom.com/wiki/Site_26, consultado 19 de febrero de 2020.]

Le voyage dans la lune (1902) de Georges Méliés.



Imagen 2.1 Arribo a la luna [Le centre national du cinema, DRE_wfvX4AAFqfl.jpg, imagen, 2017, https://pbs.twimg.com/media/DRE_wfvX4AAFqfl.jpg, consultado 19 de febrero de 2020.]

La imagen-exceso de una sociedad hipermoderna e hiperconsumista visual, deja atrás aquellos modelos narrativos discretos, lacónicos e inocentes y los reemplaza para un público más joven, deseoso de experimentar y poner a prueba sus estímulos sensoriales. El modelo hipermoderno del cine es uno de fuegos artificiales, un cine completamente saturado cuyo fin es la provocación del espectador.

Esta suplantación de la realidad solo es uno de los muchos caminos que toma el cine en la hipermodernidad. Sin embargo, difiere de la idea de “mientras más real es algo, mucho

³⁷ Gilles, Serroy. *La pantalla global...*, 68.

mejor será”, más bien se trata de «la idea romántica del mito de Frankenstein»³⁸. El futuro del cine hipermoderno no está a las órdenes de ser un reemplazo de la realidad, ni mucho menos de suplantarla. Es verdad que, en factores emocionales, el dispositivo audiovisual se vale de reconstruir un modelo de experiencias, situación y emociones de la realidad, pero creer que suplantarlas es el camino apropiado, no lo creo. Emularlas, eso sí que se puede, puesto que el audiovisual permite vivir aquellas experiencias sin ningún riesgo que ponga en peligro la vida creando así una nueva narrativa de un cine repleto de sensaciones.

Fue cuestión de tiempo crear la posibilidad de imaginar un nuevo universo, construido por medio de emulaciones, para que el espectador quisiese huir de la realidad hacia una completamente diferente y, sobre todo, una enteramente a su medida. El espectador encontró un lugar en el cual simular ciertas realidades, controladas y creadas por él. Esta transformación sugiere el nacimiento de un Usuario-Creador.

2.3 El usuario creador: entre sentarse a ver y sentarse a hacer.

En el décimo capítulo del libro de Lipovetksy y Serroy, titulado *Pantalla Mundo*, se realiza una clasificación bastante simple para entender la relación entre el actual crecimiento de las pantallas, la transformación en el consumo del usuario y la sugerente cercanía con el material audiovisual. Para definir de mejor manera esta clasificación tomaré el término «pantalla lúdica»³⁹ el cual me permitirá identificar la calidad en la que se encuentra inserto el usuario-creador, así como el uso del concepto del sujeto fractal propuesto por Baudrillard.

La transformación del medio cinematográfico, tal como la he propuesto anteriormente, puede ser ubicada en dos momentos específicos de la subsecuente transformación del usuario, descritos como «exorcismo del cerebro y alter ego»⁴⁰. Estas experiencias describen la evolución del sujeto y la máquina por medio de una suerte de *feedback* entre ambas, sujeto entendido como hedonista de sus propios pensamientos y esnobismo. El cerebro exorcizado de este sujeto fracturado, está siendo insertado en el

³⁸ Ángel Quintana, Oscar Carreño «Después del cine» conferencia grabada en 2011. Video en Vimeo, acceso el 24 de octubre de 2019, <https://vimeo.com/78242425>.

³⁹ Gilles, Serroy. «La pantalla global...», 285.

⁴⁰ Jean Baudrillard, «Videosfera y Sujeto Fractal» en *Videoculturas de fin de siglo*, ed. de Anna Giordano (Madrid: Catedra s.a., 1990): 27-36.

universo espectacular del ordenador y a la vez en su mismo cuerpo o, al menos, en una simulación de él. En palabras de Baudrillard:

Hoy ya no es en el hígado o en las vísceras y ni siquiera en el corazón o en la mirada donde se trata de leer, sino simplemente en el cerebro, del cual se quisieran hacer visibles sus millones de conexiones, y asistir a su actividad como en un vídeo-juego. Todo este esnobismo cerebral y electrónico es de una gran afectación.⁴¹

La migración del cerebro hacia el medio expresivo le permite reflejar su participación activa en un proceso de expresiones *videolúdicas*. La hipótesis de un «cerebro migratorio»⁴² es comparable a la estrategia aplicada en los videojuegos, pudiendo ser estos nuevos dispositivos, el repositorio del cerebro del sujeto-creador.

Una aproximación entre el estudio de Baudrillard y Lipovestky – Serroy, encajaría con aquellos juegos clasificados como videojuegos de simulación social como, por ejemplo, *La saga sims* (1991 – 2019), *Second Life* (2003), *Animal Crossing* (2001 – 2020), etc. Estos juegos tienen como objetivo «la inmersión en un mundo ficticio que cree ilusión de realidad⁴³», es decir, tanto el exorcismo como la migración del cerebro hace frente a la recreación de una vida y un universo. Esta inmersión en el universo virtual es la clave del éxito de ciertas expresiones lúdicas.

Retomando al ejemplo de Lipovestky y Serroy, los escenarios creados por uno mismo, como es el caso de *The Sims*, pueden ser descritos como el siguiente momento del sujeto fracturado: La versión del alter ego Freudiano aplicado a la tecnología y a las redes sociales. Este momento se define cuando el usuario delega su vida a otro para efectuar sus fantasías y constituir aquello que resulta inalcanzable en la realidad. Los usuarios interpretan el papel de guionistas y directores de “su propia vida” y, por tanto, se convierten en «las estrellas de este segundo mundo», lo que garantiza que este universo videolúdico sea casi el emblema de la hipermodernidad, llamado «el modelo-cine»⁴⁴. Podríamos decir que el usuario creador, nace

⁴¹ Baudrillard, «Videosfera y Sujeto Fractal», 30.

⁴² Baudrillard, «Videosfera y Sujeto Fractal», 27-36.

⁴³ Gilles, Serroy. «La pantalla global...», 286.

⁴⁴ Gilles, Serroy. «La pantalla global...», 251.

entonces con la estimulación de la toma de decisiones, el dominio de su vida ficcional y la respuesta activa en el reflejo de la pantalla negra.

Cabe entender que la humanización de los materiales y productos audiovisuales determinaría un tipo de método productivo mucho más íntimo con el usuario. El intento por simular tantas emociones, experiencias, ideales de vida, condicionaría no solo el contenido, sino también la forma y los dispositivos que hasta hace poco no eran considerados canales expresivos instantáneos.

A continuación, se da una fase más compleja del proceso analizado hasta aquí, donde si bien intervienen los mismos medios anteriormente referidos, tiene como finalidad la conformación de una cultura digital más amplia, de entornos mucho más comunicativos y colaborativos. Esta transición tendrá varios nombres para los letrados del cine, sin embargo, tomaremos como referente el «expanded cinema»⁴⁵ con tal de evitar mayores confusiones respecto a su definición.

2.4 La nueva mirada del cine expandido: Hacia narrativas colaborativas

Antes de siquiera intentar explicar esta nueva mirada del cine expandido, es pertinente y, con toda razón, abordar algunos conceptos generales para poder sustentar en lo adelante definiciones algo más complejas. Algunos de estos conceptos serán tomados de diversos autores, pero principalmente de Gene Youngblood y Carlos Scolari.

Para entender el significado del cine expandido se debe entender primeramente de qué expansión se trata y hacia dónde. Existen algunos textos que ubican el inicio de esta *expansión* del arte o neo-vanguardia, mucho antes de su propia conceptualización en 1970, por lo que resulta comprensible la dificultad de abarcar bajo una misma definición distintas expresiones artísticas, tanto más antiguas como actuales, y de tipo tecnológico.

Para la década de los 60', diversos artistas exploraban la migración de las superficies tradicionales hacia otras, con el objetivo de modificar la experiencia de la narrativa audiovisual. Artistas como Andy Warhol (1928 - 1987), John Cage (1912 – 1992) y Stan VanDerBeek (1927 – 1984) utilizaron nuevos modelos de proyección, siendo *Movie-Drome*

⁴⁵ Gene Youngblood, «Cine expandido», 11.

(1963) de VanDerBeek (Imagen 2.3) la más emblemática, como intento de trasladar su pantalla hacia una superficie completamente curva, dejando atrás la idea unidimensional propia del cine tradicional.

**Movie-Drome (1963) de Stan
VanDerBeek**



Imagen 2.3 Proyección de Movie-Drome para planetarios.
[Fondazione Nicola Trussardi, 2676.jpg, imagen, 2014,
<https://www.fondazionenicolatrussardi.com/wp-content/uploads/2014/03/2676.jpg>, consultado el 18 de octubre del 2019]

La presencia de las pantallas curvas no son una idea completamente nueva, como en el ciclo de pinturas al óleo titulado *Los nenúfares* (1920 – 1926) de Monet (Imagen 2.4), o que en 1923 se utilizara por primera vez dentro de un planetario el sistema moderno de proyección llamado Zeiss I, de la mano de Walther Bauersfeld en Jena Alemania (Imagen 2.5). Lo importante de *Movie-Drome* se encuentra, sin embargo, en la adaptación del material a un sistema de proyección ajeno a él hasta el momento. Esta expropiación de la narrativa en pantallas curvas, como ocurrió en la pintura y dentro de los planetarios, está obligada a entenderse como una narrativa completamente social, artística y de masas.

**Museo de l'Orangerie, Los
Nenúfares (1920 – 1926) de Claude
Monet.**



Imagen 2.4 Claude Monet y los nenúfares - Museo de la Orangerie - París [Antonio Marín Segovia, 39487202134_52a2738255_b.jpg, imagen, 2010, https://live.staticflickr.com/4607/39487202134_52a2738255_b.jpg, consultado el 15 de febrero de 2020.]

**Parque de las ciencias- Sevilla,
España**

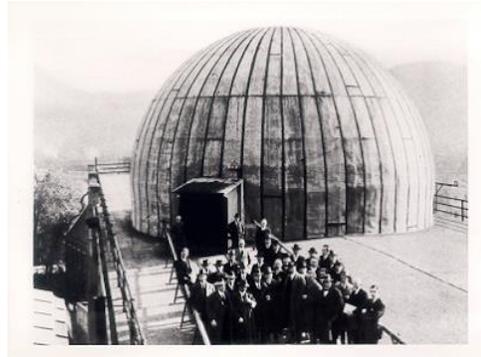


Imagen 2.5 Domo terminado. Imagen de Zeiss Optical. [s/a, dome2.png, imagen, 2009, <http://domosgeodesicos.blogspot.com/2009/10/historia-walter-bauersfeld-los-primeros.html>, consultado 19 de febrero de 2020.]

El cine expandido integra una lista de procedimientos más contemporáneos, tales como la exploración de nuevos centros de exhibición y distribución de la imagen. La sinestesia brevemente explorada y la aparición insólita del carácter intermediático, posibilitarían el surgimiento de otras técnicas audiovisuales multicanales para el entretenimiento y la comunicación virtual.

Aunque la reflexión que realiza Youngblood divaga finalmente por varios escenarios y expresiones artísticas como el teatro, lo cibernético, la música y el cine, tiene la intención de acomodar de manera eficaz el propósito del espacio intermediático frente al crecimiento de las modernas expresiones artísticas, como él mismo se expresa: «Los intermedios se refieren al uso simultáneo de varios medios de comunicación para crear una experiencia ambiental total para la audiencia».⁴⁶ Lo que para Youngblood sería la expansión cinematográfica recae en la potenciación y reacción de la sinestesia ante un mundo nuevo de imágenes reales, ficticias, digitales, e inclusive, proyecta la consumación de esta nueva practica o legado hacia la creación de un cine plenamente holográfico.

La hipótesis de Youngblood, aunque adelantada a su época no estuvo apartada de la realidad. Para el año 2007 la compañía de multimedia *Crypton Future Media* en colaboración

⁴⁶ Gene Youngblood, «Cine expandido», 371.

con *Yamaha Corporation*, lanzaría el proyecto *VOCALOID*, un software que era capaz de cantar por medio de un sintetizador de voz. Más adelante, en el mismo año, mejoraría el software bajo el nombre *VOCALOID2*, del cual nacería *The virtual Diva Hatsune Miku* siendo la primera *Idol virtual*⁴⁷. Si bien Youngblood expresa que el apogeo de la proyección holográfica llegaría una vez que esta pueda dejar de depender de elementos físicos para existir, todavía en el año 2019 los conciertos de la *Idol* aun utilizan la base de vidrio para capturar la luz emitida por el láser proyectado en dirección del escenario.

Los límites del hombre y en esto entra también la creación realizada por él mismo, responden ante factores comunes, sutiles: «una palabra nueva es un lenguaje nuevo»⁴⁸. El arte tiene la particularidad de tomar la forma o hablar el lenguaje de lo nuevo, por lo que la nueva tecnología crea imágenes nuevas. Es así como las imágenes nuevas crean narrativas nuevas, en tanto el artista, el usuario, el individuo existe para crear y aprender, modificar y adaptar, experimentar y avanzar.

El resultado de la expansión del cine ha determinado que la migración hacia nuevos dispositivos transformase la narrativa audiovisual. Este apartado del capítulo, es una continuidad con el fin de presentar el desarrollo de las nuevas narrativas en distintas plataformas tecnológicas. Las narrativas aumentadas destacan por sus posibilidades de ampliar la relación entre usuario y el medio, a través de la colaboración con otras metodologías que fueron brevemente exploradas por el arte antes de lo digital (A.D), como la interactividad, las nuevas plataformas y mecánicas, entre otras.

A raíz de que estas nuevas narrativas fueron convergiendo, el usuario sería capaz de experimentar y acercarse de forma distinta al relato. Dicho acercamiento comprendería la posibilidad del traslado de una plataforma a otra, sin embargo, el desafío se presentaría en el proceso de construcción del relato. En este sentido, ¿qué nivel de intervención se llevaría a cabo? y mucho más importante, ¿cuál sería la capacidad de adaptar conceptos como la narrativa no-lineal e interactividad en un medio enteramente digital?

⁴⁷ En la cultura asiática, un idol, es una celebridad que ha alcanzado la fama en gran parte por virtud de su apariencia. El termino usualmente se refiere a jóvenes celebridades asiáticas que son considerados tiernos y han conseguido fama gracias a la publicidad en los medios de comunicación y redes sociales.

⁴⁸ Gene Youngblood, «Cine expandido», 438.

Al respecto, Sclaris reúne tres conceptos con el propósito de entender el nuevo mundo de la exploración y la experimentación, a través de una metodología de juego en formatos mediáticos, como la televisión y el cine. Estos conceptos son: «Narrativa multiplataforma, Crossmedia y Transmedia⁴⁹».

2.4.1 Narrativa multiplataforma, Crossmedia y Transmedia

La narrativa multiplataforma comprende la adaptación hacia distintos formatos, medios o soportes de una misma historia. Este tipo de expansión comprende a su vez que se desarrolle una transformación del *lenguaje-forma* para el desenvolvimiento de la historia, es decir, la historia pasa por un acomodamiento a favor de su desarrollo.

Existe un sinnúmero de ejemplos sobre el desarrollo de narrativas multiplataformáticas, dado que no se trata de un fenómeno nuevo, basta con citar algunas de las obras literarias *bestseller* que fueron adaptadas al cine. Por ejemplo, *The Shinning* (1977) de Stephen King fue llevada al cine en 1980 por Stanley Kubrick bajo el mismo nombre. Otro ejemplo sería la polémica obra de Vladimir Nabokov, *Lolita*, publicada por primera vez en el año 1955 y llevada al cine en dos ocasiones, en 1962 por Stanley Kubrick y en 1997 por Adrian Lyne.

Ahora, si nos queremos referir a ejemplos más actuales podríamos nombrar al universo multiplataformático de Harry Potter y Star Wars. Lo que vuelve particular a estos dos títulos es la variedad de medios que han utilizado para la distribución de una misma historia. Desde libros, comics y videojuegos, estas historias han sido contadas una infinidad de veces en una larga lista de espacios.

⁴⁹ Carmen Costa Sánchez, Teresa, Piñero Otero, «Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia» *Icono14*, 10 n° 2, (2012): 102.

Esquema del recorrido de un producto multiplataforma



Gráfico 2.1 ejemplo del flujo de la narrativa multiplataformática. [elaboración propia]

La narrativa Crossmedia funciona como una red integrada y dividida por diversos medios, autores y estilos, cuyo propósito es el de obligar al usuario a atravesar *la experiencia crossmedia*. Este tipo de interactividad exige el consumo de otros medios como internet, videos, televisión, dispositivos móviles, DVDs, que por sí solos no abarcan el contenido completamente.

Esquema del recorrido de la experiencia crossmedia

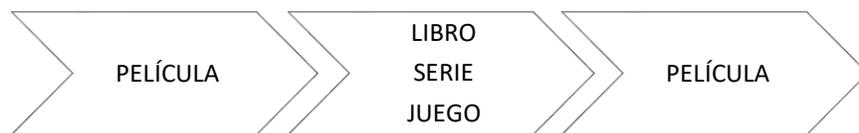


Gráfico 2.2 ejemplo del flujo de la narrativa crossmediática [elaboración propia]

Un ejemplo de la experiencia crossmedia se encuentra en el universo expandido de *Star Wars* (1977-2019) de George Lucas. La saga de *Star Wars* cuenta con múltiples historias en diversas plataformas que complementan y enriquecen el universo de esta *...galaxia muy, muy lejana*. Algunas de estas historias van desde comics, shows de Tv, series animadas, juegos

para una gran variedad de consolas. Cada una de estas historias se dividen en tres tiempos: la cronología de *Star Wars*, la cronología de *Star Wars Legends* y el contenido del universo expandido.

La narrativa transmedia son relatos interrelacionados y desarrollados en múltiples plataformas que, a diferencia de las anteriores narrativas, se encuentran emancipadas una de otras. Estas narrativas guardan tanto su narrativa individual como el sentido completo de la misma, siendo a su vez parte de un relato global. En palabras de Henry Jenkins, padre del término *transmedia storytelling*:

«La narración transmedia representa un proceso en el que elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de entrega con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Idealmente, cada medio hace su propia contribución única al desarrollo de la historia...el foco sobre las emergentes formas de contar historias es aprovechar el flujo del contenido a través de los medios y la respuesta de los fans.⁵⁰»

El punto clave para entender las narrativas transmedia son las contribuciones y la convergencia de estas mismas, un ejemplo clave sería la franquicia *Pokémon* (Pocket monster) creado por Satoshi Tajiri. Este comenzó con el lanzamiento de un juego para la consola Nintendo portátil bajo el nombre *Pocket Monster Rojo y Azul* (1996). pero en la actualidad sigue creciendo y cuenta ya con diversas historias tanto para la televisión, *Pokémon* (1997), como para el cine *Pokémon: Mewtwo vs mew* (1999), *Pokémon: Detective Pikachu* (2019). También tiene varios juegos de cartas, un manga titulado con el mismo nombre *Pokémon* (1996) y aplicaciones para el móvil, *Pokémon Go* (2016) y *Pokémon Rumble Rush* (2019), todos estos títulos que contribuyen con el universo de la franquicia.

⁵⁰ Henry Jenkins. «Transmedia 202: Further Reflections», *Confessions of an aca-fan* (Julio, 2011), http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html.

Aunque la práctica transmediática no es del todo nueva, fue gracias a las tecnologías emergentes y el internet, que estas creaciones de universos proporcionarían una simbiosis entre las narrativas y distintas plataformas como parte del contenido original.

Esquema del recorrido de la narrativa transmedia

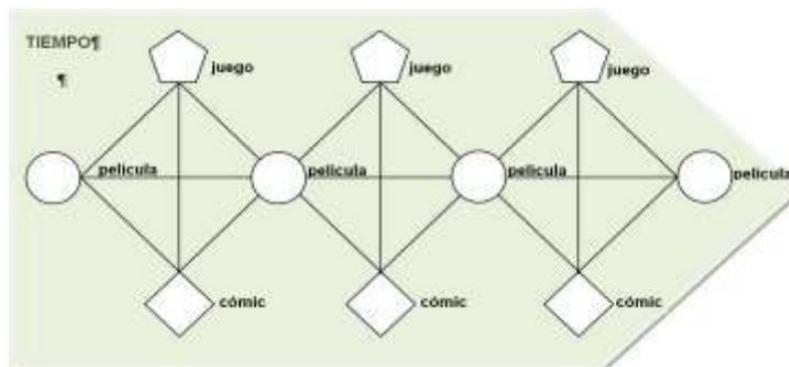


Imagen 2.6 ejemplo del flujo de la narrativa transmediática.
[Long, G. A. Estructura de narrativas transmedia.jpg, imagen, 2007, ICONO 14 – Vol.10/ No.2, consultado 20 de octubre 2019.]

Existen diversos puntos importantes en cuanto al desarrollo de las narrativas transmedia. El contenido en las historias debe aportar algo nuevo al universo creado, mientras que el medio empleado debe “enganchar” y aprovecharse del consumidor, convirtiéndolo en co-creador, como hemos señalado. Un ejemplo de esto y citando nuevamente el caso, es el propio *Pokémon*, del que existen un incontable número de creaciones propias llamadas *fan-made*, que contribuyen con la expansión de este universo. Desde videos en *Youtube*, novelas gráficas y literarias publicadas en *Wattpad* (comunidad online de escritores), hasta aplicaciones para el móvil que facilitan la búsqueda virtual del incontable número de criaturas.

Otra forma de alimentar la experiencia transmedia, es involucrar a los espectadores a través de las páginas de Facebook o Twitter, para que participen de la eliminación de personajes de series, realitys, etc. Los usuarios (comunidades de fans o *fandom*) que se transforman en creadores de contenido, resultan tener un papel muy importante en esta clase de narrativas, debido a que estos serán los principales productores y consumidores de la cultura creada alrededor de la franquicia.

2.4.2 Tú eres el héroe: Narrativa en Videojuegos

Para resumir las diferentes narrativas planteadas dentro de los videojuegos, creo que es conveniente explorar las dos principales modalidades interactivas utilizadas en estas historias, desde clásicos como *Mario Bros.* (Nintendo, 1983), hasta los más recientes, como la saga *Uncharted* (Naughty dog, 2007-2017). Existe una división sencilla entre las narrativas y los videojuegos: «narración cotidiana y narración poética – ficción»⁵¹. Esta división servirá para poder entender la siguiente clasificación en donde se introducen términos relativos a las narrativas dentro de los videojuegos: «la narrativa de ficción o “narrativa embebida” y la narración cotidiana o “narrativa emergente»⁵².

a. Narrativa embebida

la narrativa embebida puede ser dividida en dos grandes rasgos: «explícita e implícita»⁵³. Cada una de estos rasgos se corresponden con el tipo de eventos que se van incorporando a la trama, muy parecido a la narrativa tradicional. Lo particular de esta narración explícita es la frecuencia con la que requiere de detener la mecánica del juego, para obligar al jugador a centrar su atención sobre elementos de narración cinematográfica denominadas “cinemáticas”. La narrativa explícita embebida guarda gran relación con el lenguaje cinematográfico lineal, resultando de gran importancia para el desarrollo narrativo del juego. El principal inconveniente es justamente «la desaparición del carácter interactivo del juego durante estos momentos no lúdicos»⁵⁴, sin embargo, juegos como *Star Fox* (Nintendo, 1997) o *Bioshock* (Irrational Games, 2007) optaron por no interrumpir la movilidad del jugador y colocar estos cuadros de dialogo en segundo plano, por medio de una voz en off.

⁵¹ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 25-26.

⁵² Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 31.

⁵³ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 31.

⁵⁴ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 32.

**Escena con grabadora en Bioshock,
(Irrational game, 2007)**



Imagen 2.8 Narrativa embebida no explicita
[elaboración propia, screenshot bioshock2, 2019]

**Introducción por parte del líder de CATS
del juego Zero Wing (Toaplan, 1989)**



Imagen 2.7 Narrativa embebida explicita [ZonaRed,
RETRO 'Zero Wing, imagen, 2015,
<https://www.zonared.com/analisis/retro-zero-wing-arcade-md-pcecd/>, consultado 20 de octubre 2019.]

Por su parte, la narrativa implícita embebida guarda gran relación con el ambiente, por lo cual también podría llamarse Narrativa Ambiente. Este tipo de narración es exclusiva del videojuego, dado que la ejecución cuidadosa de un buen ambiente, puede guiar al jugador hasta su destino, sin necesidad de mapas, tutoriales o pistas. La finalidad de la aplicación de esta narrativa es obligar al jugador a tener una experiencia más *immersiva*, ya sea evocando asociaciones, proyectando un escenario donde se presenten eventos narrativos, la inclusión de información narrativa en la puesta en escena o proporcionando recursos para que pueda hacerse evidente la narración.

La narración embebida o la narración ambiental es “*todo lo que está escrito en los márgenes*”⁵⁵. No son solo pistas o señales que el jugador irá descubriendo en la medida que avanza en el juego, como una suerte de detective, sino que, son todos aquellos eventos que han ocurrido antes de la llegada del jugador. Esto permite crear la ilusión de vida en el universo del juego. Como ejemplo tomaré a *FALLOUT4* juego desarrollado por *Bethesda Game Studios* en el año 2015.

⁵⁵ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 53.

Unico Sobreviviente llega a la ciudad – Fallout 4 (Bethesda Game Studios, 2015)



Imagen 2.9 Narrativa implícita embebida [Bethesda contributors fallout 4, Fallout 4 and Gender Roles | The Mary Sue, imagen, 2015, <https://www.themarysue.com/fallout-4-and-gender-roles/> consultado el 20 23 de octubre de 2019]

A pesar de que el juego cuenta con una escena introductoria, desde que el personaje-jugador es expulsado de la cámara criogénica y obligado a buscar una salida, no sería necesario relatar lo ocurrido en este futuro hipotético de EE.UU. Una vez que abandonamos *VAULTS* (refugio nuclear subterráneo), constatamos la imagen de un escenario apocalíptico, abandonado, de saqueos y de guerra. La resequedad del desierto y la luz imponente del sol pegando directamente hacia el jugador, crea una profunda sensación de agotamiento: «Dentro de los videojuegos la narrativa ambiental o narrativa embebida, ha aprovechado todo su potencial, dado que el escenario puede ser explorado a voluntad del jugador⁵⁶». Esto último se debe a que la trama no lineal, se sirve de elementos periférico-diegéticos como la música, la interfaz, el codex, objetivos textuales u orales y dinámicas que completan la construcción de esta narrativa.

b. Narrativa emergente

A diferencia de lo anteriormente detallado, la narrativa emergente se crea mediante la performance del jugador dentro de la historia. Son las respuestas, reacciones, el libre albedrío y demás factores, que irán completando los vacíos de la misma. Las narrativas

⁵⁶Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 50-51.

emergentes serán las que decidirán el tipo de juego que se está diseñando. Por ejemplo, *Life is Strange*⁵⁷ no se puede comparar con la jugabilidad de *Metal Slug*⁵⁸, ni este último con *Steins Gate*⁵⁹ porque son géneros diferentes de videojuegos y cada género maneja un método diferente de jugar. Son estos aspectos lúdicos dentro de la narrativa los que se denominan como «mecánicas y sistema»⁶⁰

Las mecánicas consisten en el comportamiento que tiene el jugador en tanto su personaje, a la vez que respeta las reglas implícitas del entorno del juego. En otras palabras y utilizando un ejemplo más simple, en el ajedrez las mecánicas serían la serie de movimientos posibles dentro del tablero, donde las reglas y movimientos constituyen el sistema, mientras que nuestros personajes serían las fichas blancas o negras. La trilogía elaborada por *Team ICO*⁶¹ compuesta por los títulos *ICO* (2001), *Shadow of the Colossus* (2005) y *The Last Guardian* (2016), perfeccionó en un amplio abanico las posibilidades mecánicas, con el fin de proporcionar al jugador la libertad, casi completa, sobre sus acciones, sin perder el enfoque del relato lineal.

La trilogía ICO es uno de los pocos títulos que han conseguido que las mecánicas puedan referirse a la historia contada en el juego. Este tipo de narrativa logra conectar con un lugar muy profundo del jugador, desde sus dedos hasta sus emociones diríamos. Así, en el cine, cuando un personaje realiza cualquier acción, el director se preocupa por mostrar de la mejor manera posible aquella acción, mientras que un diseñador de juegos, se preocupa por que el jugador deba realizar esa misma acción y que al mismo tiempo esta cuente parte de la historia.

⁵⁷ Videojuego episódico de aventura gráfica desarrollado por Dontond Entertainment y distribuido por Square Enix. El juego fue lanzado el 29 de enero de 2015. Ganador del premio BAFTA como mejor historia. La historia transcurre en Arcadia Bay, una estudiante descubre que tiene el poder de viajar a través del tiempo, logrando rebobinar hacia atrás y produciendo un efecto mariposa que le permite cambiar el presente.

⁵⁸ Metal Slug es una serie de videojuegos de tipo *run and gun* y *shoot'em* lanzado inicialmente para máquinas de *arcade*. Su fecha de lanzamiento fue en el año 1996.

⁵⁹ Novela visual desarrollada por 5pb. y Nitroplus, lanzada el 15 de octubre del año 2009 para Xbox 360. La historia gira en torno al descubrimiento de una maquina capaz de enviar mensajes al pasado. El juego sigue una trama no lineal que se ramifica mediante un sistema de decisiones con múltiples finales.

⁶⁰ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 56.

⁶¹ Equipo japonés de desarrollo de videojuegos dirigido por el diseñador Fumito Ueda.

Esta conexión entre el jugador y el juego se denomina como «smecánicas sensoriales o *sensación kinética* acorde con el tipo de narrativa del relato⁶²». El éxito de esta respuesta o conexión kinética se debe al vínculo entre la entrada (*input*) de un comando y la respuesta visual en pantalla (*output*), a través de lo cual el jugador elimina automáticamente el intermediario (ya sea el mando de la consola, etc.).

No obstante, este tipo de mecánicas sensoriales no solo dependen de tener los controles adecuados, sino también del tipo de programación y reflejo de la animación que vemos en la pantalla. *Shadow of the Colossus* es el tipo de juego que exige reacciones rápidas al pelear con seres de tamaño colosal, así que lo normal es que tanto el jugador como el personaje no tarden en saltar y sostenerse. La mecánica se convierte en una estrategia de tipo intuitivo, dado que estamos obligados a combatir con estos enormes guardianes sin ningún conocimiento de cómo derrotarlos. Del mismo modo ocurre en *ICO*, dado que empezamos el juego conociendo únicamente que nuestro personaje es un niño con cuernos, encerrado en un sarcófago. Nuestra respuesta intuitiva es salir de ahí para terminar dándonos cuenta que estamos encerrados en un inmenso castillo y que sentimos la necesidad de explorarlo.

Wander vs Quadratus, Taurus Magnus (Gran Toro). Shadow of the colossus



Imagen 2.10 Mecánica intuitiva en Shadow of the colossus [s/a, maxresdefault.jpg, imagen, 2018, <https://i.ytimg.com/vi/UtjUtGH1ofk/maxresdefault.jpg>, consultado 25 de octubre de 2019.]

ICO (2001)



Imagen 2.11 Mecánica intuitiva en ICO [s/a, ico-game, imagen, 2018, <https://cdn.atomix.vg/wp-content/uploads/2018/02/Ico-game-1024x640-300x188.jpg>, consultado 25 de octubre de 2019.]

La mecánica resulta en un lenguaje eficaz y dinámico gracias a su comunicación directa con el cuerpo, creando una especie de empatía entre el jugador y su personaje. No

⁶² Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 70.

obstante, la narrativa mecánica no se reduce a un par de indicaciones verbales o visuales, sino que se experimenta de primera mano con el juego. Por ejemplo, en *Shadow of the colossus* durante el intento de matar a cualquiera de los colosos se puede sentir que la fuerza de Wander se debilita por medio de la vibración del dualshock (mando de la consola PlayStation).

Hay algo muy curioso con respecto a la mecánica y la narrativa no lineal y que es preciso resaltar. Entendemos que las mecánicas en la narrativa alterarán de algún modo u otro el final de la historia, pero a diferencia de las mecánicas utilizadas en *Until dawn*⁶³, por ejemplo, que cada decisión tomada dentro del juego puede tener consecuencias positivas o negativas en la narrativa. Existe cierto grupo de mecánicas que afectan la experiencia con la que se está contando la historia. *Infamous: Second Son*⁶⁴, por ejemplo, incorpora estas mecánicas acumulando un amplio abanico de posibilidades en su juego, ya sea combate cuerpo a cuerpo, disparos en tercera persona, absorción de poderes, cada uno afectando la jugabilidad.

En este producto, el jugador puede elegir entre matar a sus enemigos o noquearlos, pero también tiene la opción de salvar a aquellos que han sido secuestrados. Estas elecciones del jugador por una u otra mecánica, cambian gradualmente el rol del sistema. Por ejemplo, Delsin Rowe (personaje principal del juego) tiene dos opciones: matar cuando sea necesario (*karma positivo*) o atacar y matar con extrema violencia (*karma negativo*). En consecuencia, la narración que va emergiendo también tiene un valor significativo, especialmente al final

⁶³ El juego *Until Dawn* pertenece a la categoría de juegos narrativos, *Survival Horror* y drama interactivo. El juego fue desarrollado por *Supermassive Games* y distribuido por *Sony Computer Entertainment* para PlayStation 4 desde el 25 de agosto de 2015. *Until dawn* se considera un juego totalmente rejugable, lo que permite que se puedan crear nuevas historias a causa de distintas decisiones y finales. El jugador también tiene la posibilidad de encontrar objetos a modo de pistas que ayudarán al protagonista a desbloquear advertencias. *Until Dawn* es un juego de mundo casi abierto lo que permite la exploración del entorno. Cuando nos referimos a las mecánicas utilizadas en *Until Dawn*, lo principal es entender que, si bien la historia cambia en relación a las decisiones que se toman durante el juego, estas decisiones no afectan la maniobrabilidad del jugador, ni de los personajes en el juego.

del juego. Cuando concluimos el juego con un *karma de héroe*, Delsin expone a Augustine al mundo para que se conozca la verdad y se logre restaurar la paz de la ciudad.

Delsin, Karma Héroe, Infamus: Second Son (2018)



Imagen 2.12 Roll mecánica en la experiencia del juego [s/a, infamous-second-son-gameplay-634760291.jpg, imagen, 2016, <http://cdn30.us1.fansshare.com/image/infamous2/infamous-second-son-gameplay-634760291.jpg>, consultado el 26 de octubre de 2019.] (*karma negativo*),

asesina a Augustine, absorbe y mata a otros como él y toma el control de la ciudad.

Delsin, Karma Infame, Infamus: Second Son (2018)



Imagen 2.13 Roll mecánica en la experiencia del juego [s/a, maxresdefault.jpg, imagen, 2015, <https://i.ytimg.com/vi/LbgxoFjtFh4/maxresdefault.jpg>, consultado el 26 de octubre de 2019,]

Ciertamente, los videojuegos logran construir relaciones entre RPC (Role Player Character o personaje jugable) y demás personajes NPC (Non-Player Character), pero existen juegos que obligan a reforzar estas conexiones mediante mecánicas. Un ejemplo muy común

y bastante trillado se da en aquellos productos donde la construcción de una relación amorosa entre hombre y mujer constituye el principal objetivo. Sin embargo, más interesante es el caso de *ICO* y *The Last Guardian*, dado que ambos juegos construyen una relación entre el jugador y un personaje de cualquier otro tipo que debe ser acompañado. En el caso de *ICO* el jugador tiene que ayudar a *Yorda*, una niña atacada por sombras, a pesar de que no ha existido ni una sola línea de diálogo que indique que debe hacerse, ni por qué nos encontramos ahí. En *The Last Guardian* ocurre algo similar, somos un niño que ha sido secuestrado y se encuentra abandonado en una cueva, “el nido”, pero nuestro compañero es una enorme criatura alada llamada *Trico*. Al igual que en *ICO*, no es necesario haber intercambiado ni una palabra con el acompañante, sin embargo, de algún modo se llega a saber que debemos salir de ahí. Estamos indefensos, de ahí por qué la mecánica de relación resulta efectiva, puesto que nos exige entablar comunicación con nuestro compañero para llegar a lugares donde no podría solo, mediante operaciones como apuntar y dirigir e incluso darle de comer.

Alimentando a Trico, *The Last Guardian* (2016)



Imagen 2.14 Conexión emocional mediante mecánicas [Jeffrey Parkin, 00386_The_Last_Guardian.0.jpeg, imagen, 2016, <https://www.polygon.com/the-last-guardian-guide/2016/12/9/13898692/walkthrough-feeding-trico-again-mine-cart-tunnel-crack-wall-barrel>, consultado 28 de octubre de 2019.]

La existencia de un «personaje indefenso puede ser un punto débil para la trama, puesto que constituye un obstáculo en el camino del protagonista»⁶⁵, sin embargo, mi pregunta es, ¿acaso la experiencia kinética sería lo mismo si Yorda pudiese defenderse sola? En estos casos hay que tener en cuenta el factor de la empatía. Así, ICO es un niño que ha sido abandonado y la dificultad con la que nos enfrentamos para vencer al enemigo nos permite también sentir la verdadera fragilidad del personaje en pantalla, *yo lo experimento, yo soy ellos y yo quiero escapar del lugar*.

Hemos venido afirmando a lo largo de este capítulo, la importancia del componente emocional presente en el surgimiento de este grupo de narrativas, a las cuales podríamos llamar *augmented storytelling* o *narrativas aumentadas*. En palabras de Foucault, si bien la verdad puede ser manipulada, son aquellos ejercicios de poder los que aseguran un efectivo comportamiento del ser humano ante la supuesta realidad que se le presenta. En este sentido, ocurre algo curioso con las relaciones de poder, dado que éstas cobran sentido una vez que son asumidas como desenvolvimiento social, pero bajo un halo de invisibilidad. ¿Acaso esto no es exactamente lo que sucede en las narrativas embebida y emergente? Tanto la experiencia inmersiva mediante las mecánicas emocionales, como la experiencia sinestésica y la migración hacia nuevas pantallas, forman parte del compendio de estas nuevas narrativas.

Aquí me gustaría mencionar un fenómeno bastante interesante que sucede en la plataforma *YouTube*. Tanto la convergencia de géneros narrativos, como la transformación del relato lograron la evolución de la dinámica del usuario a *prosumidores*, esto es, *consumidores-productores*. La plataforma invita de manera gratuita a que se potencie la creatividad, difusión y producción de material vagamente original, para que se navegue casi instantáneamente por toda una comunidad virtual.

Es casi imposible estimar un promedio de edades, así como del uso por parte de los prosumidores, sin embargo, se cree que el rango de edad es 18 - 34 años y el tiempo invertido dentro de la plataforma rondaría aproximadamente mil millones de horas reproducidas al día. ¿Cómo logra la plataforma mantenerse tan activa, día tras día? Podríamos decir que lo

⁶⁵ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 83.

principal para que la plataforma logre esta actividad empieza con «una buena estructura de contenidos y modalidades enunciativas».⁶⁶ Así, la estructura de la plataforma consiste en facilitarle al usuario el acceso al contenido por medio de un listado organizado que es publicado de manera individual, a la vez que permite a los autores o *youtubers* incorporar mensajes y acceso hacia otras plataformas audiovisuales. Esto convierte a YouTube en una plataforma transmediática.

El crecimiento del número de producciones dentro de la plataforma, condicionó a los prosumidores a entenderse como protagonistas de una sociedad moderna y establecerse como artículos servibles: «La figura construida alrededor del productor estimula una profunda relación... basada en la admiración de sus atributos y en la coincidencia de afinidades»⁶⁷. Es por esta razón que los canales abordan cualquier temática que sea de interés para el destinatario y el sujeto al otro lado de la pantalla se siente identificado, inmerso, a la par con el sujeto que aparece en pantalla.

Este comportamiento entre prosumidor y consumidor, es consistente con el del sujeto fractal de Baudrillard una vez que, tanto el *prosumidor* y el consumidor, se sientan identificados y proyecten una multitud de egos, todos parecidos los unos con los otros, en esa realidad ficticia creada para la pantalla. Para este momento las plataformas se convierten en expansiones transmedia de la vida de los creadores/generadores de contenido.

En lo que respecta a las narrativas emergentes y mecánicas emocionales, es interesante poder mencionar brevemente el caso de la visión del director (*the director's cut*). Luis Buñuel con su film *Los olvidados* (1950) y *Blade Runner* (1982) de Ridley Scott, son claros ejemplos de lo que podríamos llamar el nacimiento de propuestas narrativas donde “yo elijo el final”, esto se da en consecuencia de la no conformidad del director con respecto al final del relato y creando uno alternativo que cumpla con sus expectativas. Este carácter egoísta forma parte de una mecánica *multiplataformática* del material original, lo cual le convierte en una sustancia innovadora en un formato no-lineal.

⁶⁶ Adrián López. «Youtubers nueva lógica comercia y narrativa en la producción de contenido para la web». *Revista en línea, Letra. Imagen. Sonido L. I. S. Ciudad mediatizada, Año VIII, #15*, (Buenos aires, 2016): 233, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5837809>.

⁶⁷ López, «Youtubers nueva lógica comercia ...», 234.

Por otro lado, películas como *Amadeus* (1986) de Milos Forman, no podríamos considerarlas parte de las narrativas emergentes, gracias a que presenta un tipo diferente a “yo elijo el final”, sino que consiste en la inclusión de material extra de la historia original. Algo muy similar ocurre con los DLC (*downloadable content*) y el contenido *Demo* de muchos videojuegos. Un caso bastante reciente ocurrió con *Resident Evil 7* (2017, Capcom), las historias alternas que solo son accesibles por medio de un pago adicional o en el caso de los demos, de forma gratuita en la tienda virtual de la consola. Estos representan más bien una forma de “enganche”, como vimos que ocurre en las narrativas crossmedias, pero que, al contribuir con nuevas historias, podríamos también considerarlas como parte de la transmedialidad del producto.

En pocas palabras, ya no estamos hablando de que existe un grupo selecto de narrativas pertenecientes a un solo medio audiovisual o que son muy pocas las narrativas que se logran explorar en más de un medio. En la actualidad, las narrativas han logrado transformarse a tal punto, de entrelazarse y diseñar nuevos sistemas para la experimentación del storytelling. Esta es la razón del incremento y expansión de las mecánicas del videojuego, que anteriormente solo se encontraban en las expresiones más performáticas, pero que ahora forman parte de la metáfora de la propia historia, como ocurre en *The Shadow of the Colossus*.

Probablemente, la narrativa y la colaboración con un carácter más interactivo se encuentren en el punto más alto de desarrollo para el audiovisual, mientras que el usuario ahora está completamente encargado de elegir “qué, cómo, cuándo y dónde” consume. A través de las narrativas interactivas en el videojuego, podemos comprender que la visión del mundo a través del personaje forma parte del potencial que le puede entregar un dispositivo a la narrativa. Es probable que el éxito de Netflix y sus programas interactivos vayan de la mano con el pensamiento de «la historia no se cuenta, se prepara para ser vivida»⁶⁸.

⁶⁸ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 88.

Capítulo 3. La singularidad de Netflix: Análisis de la interactividad en plataforma y su contenido.

Como he indicado previamente en la introducción, los objetivos de esta tesis se basan en la reflexión sobre la creación de otras posibilidades de narrativa dentro de nuevos medios digitales, particularmente dentro de la plataforma Netflix. La muestra es tomada del mayor caso de éxito en la actualidad *Black mirror: Bandersnatch*, película interactiva que ofrece sin lugar a duda una gran variedad de narrativas con «linealidades libres⁶⁹» Para alcanzar los objetivos planteados en esta investigación es necesario hacer un exhaustivo análisis partiendo desde el contexto en el que se desarrolló la plataforma hasta la producción del film interactivo. Como segunda parte del capítulo he seleccionado el método *decoupage* para la lectura y análisis del caso: *Black mirror: Bandersnatch* de Netflix. El *decoupage* consiste en una tabla dividida en dos fases: una descriptiva y otra de análisis sistemático. La fase descriptiva se compone de una descripción general del film, mientras que el análisis sistemático es más extenso, dado que se analizan las relaciones que cumplen cada uno de los recursos narrativos que integran y contribuyen al éxito del film interactivo.

3.1 Un largo camino hacia Netflix.

En la actualidad los productos audiovisuales son distribuidos en una gran variedad de canales. Servicios de televisión pagada como *Home Box Office* (HBO) hacen uso de la posibilidad que ofrece la distribución digital para poder ampliar el alcance en otras plataformas. La “Televisión Premium”, como HBO, permitía que el usuario tuviera acceso a contenido exclusivo a cambio de un pago mensual no mayor a 15 dólares. En la actualidad, este sistema no solo permite el acceso a canales con mejor calidad, sino que permite al usuario ser partícipe de lo que llamaremos “programación *multiplataformática*”. Para el año 2017,

⁶⁹ He preferido referirme a estas como linealidades libres y evitar encasillarlas dentro del patrón *no-lineal*, porque la mayoría de las narrativas citadas han demostrado que siguen cierto orden cronológico, por lo tanto, resulta inapropiado creer que estas no tienen una estructura determinada. Muchas de las narrativas citadas exploran la repercusión en el final de la trama por medio de la selección de decisiones o propuestas, por lo que mantienen la estructura temporal de la historia. Ciertamente, dentro de las narrativas exploradas en la investigación, cabe la posibilidad de que utilicen como recurso la no-linealidad para beneficio de la trama, como es el caso del flashback, forward, un sueño, etc.

HBO Latinoamérica anunció el nuevo servicio de televisión online bajo el nombre de HBO GO.

Ciertamente, HBO representa la expresión máxima de la televisión por pago o Televisión por Cable, que se convirtió en uno de los mejores paquetes opcionales, debido a su catálogo actualizado y variado para toda la familia. Pero, ¿es posible que su concepto inspire a los actuales servicios bajo suscripción como Netflix? Evidentemente, y esto es debido a la similitud que tiene con el método de negocio empleado por el reconocido canal de televisión.

Teóricamente, el método de negocio que emplea el canal de HBO ha tenido como prioridad la distribución y producción de su propio material audiovisual *Tabla 0.1*. Desde el año 1983, bajo el nombre de HBO Premiere Films, el canal de televisión se mostró como una alternativa para la distribución de producciones independientes con el estreno de la película documental *The Terry Fox Story* (1983) de Ralph L. Thomas. Más adelante, bajo el nombre de HBO FILMS, el canal se presentó como productora independiente y empezó a realizar sus propias producciones cinematográficas. El film *Elephant* (2003) de Gus Vant Sant, fue la primera película que obtuvo la Palma de Oro y el premio a mejor dirección del Festival de Cannes de 2003.

Evolución cronológica del Canal: Home Box Office (HBO)		
AÑO	LOGO DEL CANAL	PELÍCULA
1975		Retransmisión de la pelea de boxeo " <i>Thrilla in Manila</i> " entre Muhammad Ali y Joe Frazier (1975)
1985		<i>The Terry Fox Story</i> de Ralph L. Thomas (1983)
1996		<i>Gotti</i> de Robert Harmon (1996)

2003		<i>Elephant</i> de Gus Van Sant (2003)
2019		<i>Leaving Neverland</i> de Dan Reed (2019)

Tabla 0.1 Evolución cronológica del Canal: Home Box Office (HBO) [elaboración propia]

HBO es la muestra micro para comprender aquellos canales de televisión que han asumido un carácter de productora independiente. Tanto HBO como otros canales-productoras, como CNT Play⁷⁰ (servicio online), manejan cierto paralelismo entre el material que será distribuido en el canal de TV o página web y el material dirigido para el cine. Sin embargo, el *carácter multiplataformático* empleado por ambos servicios online, muestra un nuevo lado del cuadro, que le ofrece libertad al usuario de elegir qué ver de su catálogo de películas, series y documentales.

Si bien esto lo vemos ya en las plataformas *streaming*, ¿de qué modo resulta diferente un contenido elegido y producido para un canal de televisión, cine o web, a las producciones que vemos en ciertas plataformas *streaming*? Es aquí donde conoceremos el servicio *On Demand*.

3.1.1 Programación *On Demand*

No está muy claro cuál fue el año en el que la programación o el servicio *on demand* (bajo demanda) tomaría mayor relevancia en las audiovisuales. Sin embargo, hay que considerar que el internet y la digitalización del material audiovisual contribuyeron con el éxito del mismo, al permitir que el usuario participase en la producción del material. Podríamos decir que es aproximadamente para el año 2006 que las VOD (*video on demand*) tomarían mayor popularidad, principalmente en un público más joven.

⁷⁰ CNT Play es otra importante plataforma online a destacar, porque contiene exclusivo material audiovisual ecuatoriano, lo cual la convierte en la apuesta más valiosa de los streaming a nivel nacional. El objetivo de la plataforma es la difusión de contenido realizado en Ecuador de manera online y gratuita. Desde películas, documentales y series ecuatorianas, hasta materiales audiovisuales exclusivamente creados para su consumo online, CNT Play, procura la distribución tanto nacional como internacional de la producción ecuatoriana.

Considerando que el término VOD aglutina una variedad de conceptos, resulta complicado citar una sola definición. En el año 2007 se realizó un estudio que dispuso una definición muy acertada sobre las VOD debido a la definición arcaica propuesta por la Directiva europea de servicios de medios audiovisuales (*The European Audiovisual Media Service Directive AVMSD*) la cual excluía el alcance actual de las VOD⁷¹. Al final del estudio se llega a una definición que recoge varios criterios como:

1. El propósito del servicio debe ser informar, entretener y educar al público general.
2. El servicio debe encontrarse bajo el control editorial de un proveedor de servicios de medios audiovisuales.
3. El servicio debe permitir al usuario ver programación en el momento de su elección y a petición individual.
4. Debe existir un servicio disponible, es decir, una oferta normalmente proporcionada a cambio de un pago.
5. Plataformas de vídeo compartido, como Youtube o Dailymotion, no constituyen OD (*on demand*) AVMS, dado que sus operadores no tienen control editorial.

Es importante conocer el alcance de las SVOD (suscripción de video *on demand*), para lograr distinguir la posible intersección que se puede dar con los demás servicios *online*, por lo que resulta fácil confundir ambos conceptos: «Las SVOD se deben caracterizar por su estrategia multiplataformática y su estrategia de exclusividad»⁷². Otra característica muy importante que ayudará a definir si tal servicio *streaming* es efectivamente un SVOD, está reflejado en el alcance geográfico y la cantidad de distintas plataformas a través de las cuales es distribuido su catálogo. Entonces, ¿todo servicio *streaming* es un SVOD? Definitivamente, no.

Entonces, tomando en consideración lo planteado por Christian Grace compararemos dos plataformas *streaming* de éxito: Netflix y Disney+. La plataforma Netflix es accesible en

⁷¹ Christian Grace, «On-Demand Audiovisual Market in the European Union» *Final Report for the European Commission DG Communications Networks, content and Technology*. (European Union, 2014): 7-8. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/demand-audiovisual-markets-european-union-2014-and-2015-developments>.

⁷² Grace, «On- Demand Audiovisual Market... », 14.

casi todo el mundo y está presente tanto en servicios web como aplicaciones para PC, a su vez que responde bien en sistema iOS, Android, Windows phone, Kindle, Roku, Apple TV, PlayStation y Xbox, al igual que para servicios en Smart TV Apps. A diferencia de lo que ocurre con el más reciente servicio *streaming* de Disney+, que actualmente solo está disponible para Estados Unidos y Canadá. El contenido de este último solo se distribuye en plataformas de servicios web en PC y por medio de ciertas aplicaciones para iOS, Apple TV, Chrome Cast, Android, etc.

3.2 El ascenso de Netflix: breve historia.

Netflix inició su camino como una empresa comercial de entretenimiento, fundada en el año 1997 por Reed Hasting y Marc Randolph. La empresa ofrecía a modo de alquiler online una amplia variedad de películas. Para el año 1999, Netflix ya disponía de una página oficial y el servicio de suscripción con el beneficio de rentar ilimitadamente películas en formato DVD, por un bajo precio, mes a mes. Un año después, el sistema propio de la plataforma introducía recomendaciones personalizadas para cada uno de sus miembros. No es hasta el 2007, que la plataforma introduciría el “streaming” en su sistema de transmisión.

El streaming le permitiría a Netflix la distribución digital de su contenido audiovisual, de manera que el usuario haría uso del producto a la vez que este se descargaba simultáneamente al computador. El cambio fue lento y si bien, en un principio el servicio se limitaba a 17 horas de streaming, Netflix fue renovando su sistema de distribución y transmisión simultánea, hasta ofrecer un número ilimitado de horas de reproducción. Una vez que Netflix se asoció con otras compañías de consumo que le permitiesen realizar el *stream* por medio de una conexión de internet en distintos dispositivos electrónicos, la plataforma apostó por la creación de más de tres perfiles de usuarios dentro de una misma cuenta. Esto último posiciona a Netflix como una de las plataformas de streaming más completas. En propias palabras de la plataforma:

Netflix is the world's leading streaming entertainment service with over 158 million paid memberships in over 190 countries enjoying TV series, documentaries and feature films across a wide variety of genres and languages.

Members can watch as much as they want, anytime, anywhere, on any internet-connected screen. Members can play, pause and resume watching, all without commercials or commitments.⁷³

A partir del año 2013, Netflix apostaría por las producciones originales, pues ya venía siendo más de una década en la que su contenido exclusivo se basaba en la distribución de una larga cola de material audiovisual de las más importantes compañías de entretenimiento, como Metro Goldwyn Mayer, Paramount, Lionsgate, a través de las cuales no se podía asegurar la exclusividad del material audiovisual dentro de la plataforma.

House of Cards, *Orange is the New Black*, *The Square*, son las primeras series originales producidas y distribuidas por la plataforma. Esto convirtió a Netflix en una de las primeras plataformas, nacidas en el online, que empleaba como estrategia la compra de material audiovisual de otras casas productoras, así como la producción de remakes, y la producción de material original con la colaboración de industrias del entretenimiento como Dreamworks Animation y MARVEL TV para el catálogo infantil.

Línea cronológica de Netflix desde 1997 - 2018

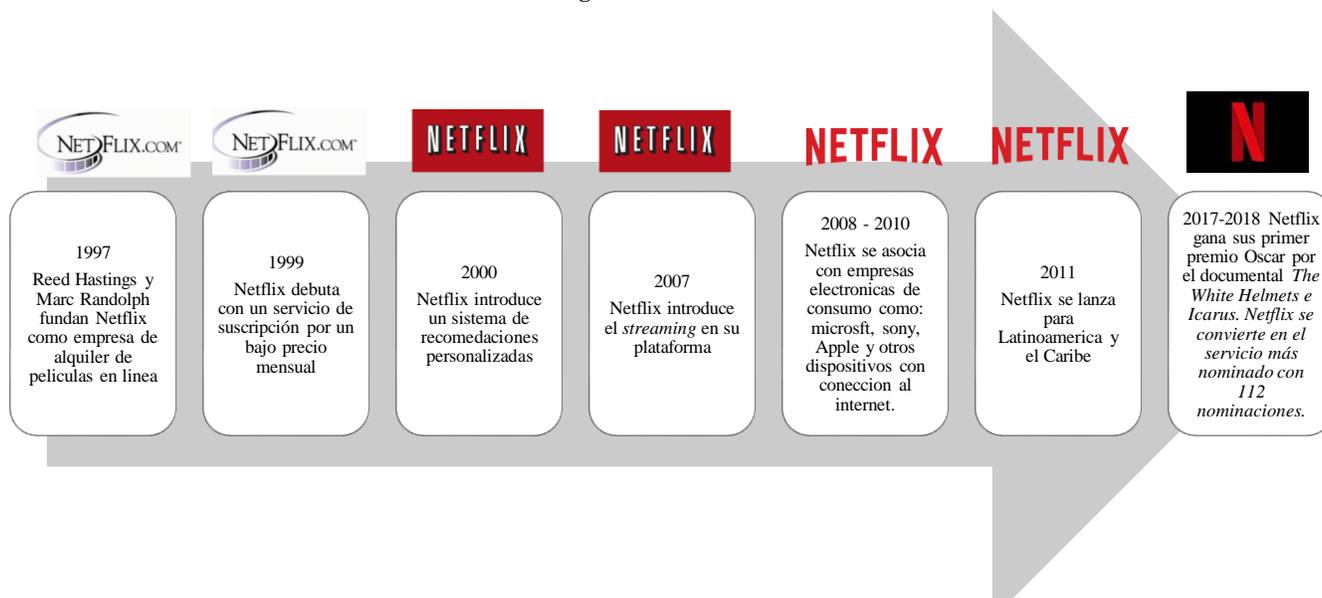


Gráfico 0.1 Cronología de Netflix desde 1991 hasta 2018. [elaboración propia]

⁷³ s/a, «About Netflix: Netflix has been leading the way for digital content since 1997» *Netflix media Center*, (s/l, s/f), <https://media.netflix.com/en>.

Si bien Netflix es un éxito utópico para las SVOD, no resulta una idea fácil de ejecutar. En la práctica, el usuario más exigente no dispone de los más recientes estrenos en cine o la reciente temporada de algunas series. Ciertamente, esta escasez de estrenos podría producir una insatisfacción en sus suscriptores, lo cual no explica la permanencia de la plataforma. Entonces, ¿cuál es la estrategia de Netflix para convertirse en una plataforma tan relevante? Es posible que *the engagement* sea la explicación del “fenómeno rojo”.

3.2.1 La revolución del *engagement*: el método del atracón.

En el año 2019 se expusieron algunas evidencias de la existencia del *engagement* como estrategia de enganchar con el usuario. Dentro de ellas se mostraba una suerte de sistema para que «el usuario permaneciese el mayor número de horas posibles dentro de la plataforma»⁷⁴. ¿Cómo se logró esto? Bajo dos conceptos muy interesantes: «1) somos un libro abierto para Netflix (*binge watching*) y 2) tú no decides lo que ves en Netflix o, la estrategia de la falsa libertad»⁷⁵.

Primero entendamos que es la *falsa libertad*, no es nada más que la navegación libre y voluntaria del usuario que propone la plataforma, para lograr una personalización de contenido, recomendado a través de una base de datos. Este *match*, entre contenido y usuario, está pensado para garantizar que el consumidor no se *de-suscriba* de la plataforma y siga pagando, lo cual se traduce en una estrategia de mercado. La plataforma se preocupa en tener una amplia variedad de títulos que cumpla con los gustos individuales de los usuarios por medio de monitoreo de clics, la ubicación geográfica, número de reproducciones, horarios, etc. Este monitoreo es fácilmente asociado a la famosa huella digital que dejamos en el internet. El equivalente sería el «individuo codificado o cifrado»⁷⁶, el cual comprende a un tipo de persona que deja de importar en cuanto tal, sino a través de las cifras o algoritmos que se desprenden de él.

⁷⁴ Elena Neira, «Tu no decides lo que ves en Netflix» Conferencia grabada en 2019, video en YouTube, 18:34, acceso el 14 de noviembre de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=u4lpDKMja-o>.

⁷⁵ Neira, «Tu no decides lo que ves en Netflix»

⁷⁶ Gilles Deleuze, *Post Scriptum sobre las Sociedades de Control*, ed. Martín Caparrós (Montevideo: El lenguaje literato, 1991), 1-5.

Es fundamental entender que estas estrategias se complementan la una con la otra, de modo que la narrativa sistemática del *binge watching* y la *falsa libertad*, implican que existe una libertad absoluta al momento de elegir la hora, el cómo, cuándo y hasta dónde consumirá el usuario. Desde aquí se marca un antes y un después de los procesos y las narrativas audiovisuales que caracterizan tanto a televisión convencional, televisión por paga, como a los puntos de venta de películas en DVD y el cine.

La combinación de la huella digital y el *engagement*, ejerce un efecto potente y conlleva a la siguiente pregunta: ¿qué ocurre cuando una plataforma te muestra contenido que, sí o sí te va a interesar ver, ya sea por darte un paseo por la nostalgia, o por ser el programa que está de moda, o porque lo viste recomendado más de cinco veces en diferentes géneros que maneja la plataforma? La pregunta es larga, pero la respuesta es simple: lo vas a querer ver. ¿Y entonces qué ocurre cuando te “engancha”? La vas a querer terminar. En otras palabras «...a quién no le va a molar (fascinar) que cuelguen toda la temporada de tu serie favorita de golpe⁷⁷».

El sistema de recomendaciones en la plataforma es de tal magnitud, que constituye en el incentivo continuo de una cultura del “*binge watching*” o del atracón. Incluso desde su interfaz, Netflix reproduce automáticamente el episodio siguiente, tomándose 13 segundos después del final del episodio anterior. El usuario, si bien podría detener el capítulo, no suele hacerlo, por lo que la comodidad, el sedentarismo, ha sido el principal talón de Aquiles a favor del *atracción*.

Un consumo masivo y sin límite de series y películas creeríamos que solo es posible gracias a la “plataforma roja”. Sin embargo, no es una práctica tan nueva como pensamos. La televisión ya ejecutaba prácticas similares de maratones, tanto de series como novelas. De igual manera ocurrió con la creciente demanda de DVDs y con la posibilidad de ver, no solo una, sino varias películas de una sentada. El *binge watching* no fue algo nuevo, pero sí que llegó a ser una de las grandes transformaciones de los métodos de consumo y las narrativas

⁷⁷ Neira, «Tu no decides lo que ves en Netflix»

audiovisuales, por lo que surge una nueva pregunta: ¿de qué modo Netflix marcó un antes y un después para las narrativas en las VOD y el cine?

El éxito del sistema del *binge watching* en referencia a las VOD, lo logra con esta estrategia que resulta ser perfecta para las plataformas streaming, asegurándose que siempre tengas algo más que ver. La interacción entre sistema y usuario es de una «vida líquida»⁷⁸ y de impacto emocional. El usuario de las VOD quiere todo para consumo rápido y pasar a la siguiente novedad, esto le representa una satisfacción desmedida, además de que atraviesa por un proceso de «autoexplotación»⁷⁹ a favor del consumo desmedido: «Es precisamente la falta de negatividad de lo distinto lo que provoca síntomas como la bulimia, los atracones de series o la sobreingesta compulsiva»⁸⁰. En el caso de Netflix la plataforma se asegura de que la mayoría de su contenido sea auténtico para una experiencia supuestamente universal, haciendo de la autoexplotación casi un requisito para su consumo. Netflix «siempre está tratando de hacer un lanzamiento global...con un contenido internacional, que pueda interesar a nivel global»⁸¹.

Existen algunas evidencias dentro de las producciones originales, de que un lanzamiento global puede afectar el contenido, en la medida que se intenta internacionalizar su éxito. Producciones como *La Casa de las Flores*, a pesar de pertenecer a un nicho nacional, lograron la internacionalización, asegurando el alcance global de la producción. Podría ser que el éxito de esta serie se deba al estudio de su contenido y a saber aprovechar la huella digital de los consumidores. Sirviéndose de la base de datos para confirmar el gusto individualizado del usuario, es fácil comprobar que el éxito de *La Casa de las Flores* se deba

⁷⁸ El término *vida líquida* nace del pensamiento filosófico de Zygmunt Bauman. Esta línea de pensamiento plantea a una sociedad que se desarrolla en una categoría sociológica que sirve para definir el estado actual de nuestra sociedad: «La vida líquida es una sucesión de nuevos comienzos con breves e indoloros finales sí se explica que procuremos por todos los medios que los finales sean rápidos e indoloros, sin los cuales los nuevos escenarios serían impensables. Entre las artes del vivir líquido moderno y las habilidades necesarias para ponerlas en práctica, librarse de las cosas cobra prioridad sobre el adquirirlas.» Cita: Zygmunt Bauman, *Vida líquida* ed. Albino Santos Mosquera, (s/l, s/f): 6. circulosemiotico.files.wordpress.com › vida-liquida-zygmunt-bauman

⁷⁹ Byung-Chul Han, *La expulsión de lo distinto*, ed. por Alberto Ciria, (Barcelona: Herder, 2017) 69.

⁸⁰ Byung-Chul Han, *La expulsión de lo distinto*, 31.

⁸¹ Florencia Radici, «Reed Hastings, CEO de Netflix: queremos grabar en la argentina» *InfoTechnology*, (2015), <https://www.infotechnology.com/negocios/Reed-Hastings-CEO-de-Netflix-Queremos-grabar-en-la-Argentina-20151130-0002.html>.

a que sus géneros varían, desde una novela parodia del propio formato de las novelas mexicanas, así como integrar el humor negro, la sátira, el suspenso, la traición, el conflicto familiar.

Esta plasticidad en cuanto a su género transforma el estilo de las carátulas, con el fin de enganchar de alguna manera su contenido fuera del nicho regional. Así, solo con un breve vistazo se evidencian los diversos rostros con el que es promocionada la serie-novela de Manolo Caro. Mediante sus portadas nos venden parte de la historia junto con el rostro de sus actores más reconocidos: «El hecho de que ahora estos productos se consuman a velocidades distintas, según preferencia del usuario, ha transformado la forma de contar las historias»⁸².

Portadas de la Novela *La casa de las flores* en el año 2019



Gráfico 0.2 Ejemplo de la internacionalización del material audiovisual en Netflix [elaboración propia]

⁸²Oscar Senar Canalís, «Elena Neira: Somos un libro abierto para Netflix» *El diario Aragón*, (2018) https://www.eldiario.es/aragon/cultura/Elena-Neira-libro-abierto-Netflix_0_831867152.html.

No resulta igual la experiencia narrativa de un programa que está pensado para ser consumido semana tras semana con *cliffhangers*, término usado para referirse al suspenso generado hacia la audiencia al final de un episodio de una serie, a diferencia de uno que se puede tomar la libertad de presentar uno que otro capítulo de relleno y darle una especie de *timeout* a la trama principal de la serie. En este sentido, no debe parecer casual que los mayores éxitos de las producciones originales de Netflix sean en su mayoría series. Pero ¿creeríamos que realmente transformaron las narrativas?

3.3 Netflix ¿un nuevo género narrativo?

Quienes defienden a Netflix como la plataforma que lo revolucionó todo, dirán que, efectivamente, el servicio de streaming marcó un nuevo género en comparación con las narrativas que hemos visto previamente a lo largo de esta investigación. Es cierto que las narrativas de sus producciones originales resultan memorables y de éxito, sin embargo, no es seguro afirmar que estén creando un nuevo género narrativo, pero, sí que están combinando varias narrativas audiovisuales (narrativas transmedia, crossmedia, multiplataforma, narrativa emergente y embebida) a favor de la interacción con su audiencia. Si suponemos que el objetivo principal de Netflix es su relación con el usuario, me atrevo a afirmar que el principal motor de éxito de este grupo de narrativas mixtas dentro de la plataforma de Netflix es, sin lugar a dudas, el efecto de la *transmedialidad*⁸³.

La transmedialidad, precisamente, implica que exista un factor multimediático no-lineal. Un lenguaje similar a la narrativa transmedia, pero que no resulta lo mismo exactamente. La transmedialidad consiste en un proceso de “ir y venir”, altamente caótico, un contenedor de múltiples historias y personajes nacidos dentro de esta, los cuales se expanden a través de distintas plataformas. Entonces, ¿podríamos clasificar a Netflix como un impulsador de mundos transmediales? Absolutamente sí. Existen dos factores elementales que permiten considerar un relato como transmedial, exactamente los que pretendemos utilizar para ir entrando en materia y preparar el terreno hacia *Bandersnatch*.

⁸³ Alfonso de Toro «Hacia una teoría de la cultura de la ‘hibridez’ como sistema científico transrelacional ‘transversal’ y ‘transmedial’» *Estudios literarios y estudios culturales. Nuevo texto crítico*. (2004), 10. <https://es.scribd.com/doc/53444120/Alfonso-de-Toro-Hacia-una-teoria-de-la-cultura-Hibridez>.

El primer factor, comprende la expansión que implica fragmentos diferentes de una misma narrativa y que se presenten a través de dos o más medios, formatos o textualidades. El segundo, es cuando hay participación de las audiencias, las cuales pueden intervenir, modificar o resignificar, por lo menos, alguna porción de los contenidos, agregando elementos novedosos a la narrativa⁸⁴.

Un ejemplo claro del poder transmedial que maneja Netflix en sus narrativas lo vemos representado en su serie de éxito *House of cards*. Anteriormente ya habíamos mencionado la aclamada serie, que a su vez constituye un remake de otra serie británica estrenada en Netflix el 1 de febrero del año 2013. La serie trata de una pareja de políticos, Frank y Claire Underwood (interpretados por Kevin Spacey y Robin Wright), que hacen todo lo posible para llegar a la Casa Blanca. En resumidas cuentas, consiste en un devenir de trampas, estrategias y entramados de situaciones que son compartidos con las audiencias de un modo novedoso y disruptivo. Desde ahí ya podemos darnos cuenta que la serie cuenta con un elemento narrativo “distinto” y que construye una relación más cercana entre *el héroe* o “*antihéroe*” y *sus fans*. Para la transmedialidad no hay nada más importante que un *fandom* bien organizado.

Por otro lado, en la serie *Black Mirror*, la transmedialidad se presenta bajo distintos factores que no son abordados antes en *House of Card*. Estos factores aseguran la construcción de un relato en piezas, es decir, un relato que se cuenta a través de diferentes plataformas y donde cada medio relata un punto de vista distinto, ya sea canónico o no canónico, de ese mismo relato. El espectador, consumidor, usuario, prosumidor, observador, como queramos llamarlo, participa activamente de cualquiera de estos relatos.

Para poder argumentar la posibilidad transmediática dentro del universo de *Black Mirror*, es importante tener en cuenta que la pregunta a resolver aquí, se trata más bien de *cuándo* y, no tanto de *qué*. Gran parte de la efectividad de una narrativa transmedial comprende la participación y consumo del usuario. Ciertamente, la serie *Black Mirror* juega con sus posibilidades transmediáticas a suerte de ser, por sí misma, la representación del

⁸⁴ José Manuel Corona «¿Cuándo es transmedia? Discusiones sobre lo transmedial de las narrativas», *Icono 14*, 14 n°1 (2016): 35.

alcance y la perversión de lo tecnológico en determinadas temporalidades. Así, la expansión de su contenido hacia medios textuales le otorga una imagen transmedial al relato. A diferencia de las conocidas expansiones llamadas secuelas o precuelas, estas extensiones textuales, expanden el universo de la serie convirtiéndose en una suerte de relato diegético, a favor de la materialización de su contenido en la realidad.

Muestra de esta expansión diegética podemos localizarla en las cuentas oficiales de las redes sociales de la serie. Facebook, Twitter y YouTube son plataformas que constantemente realizan en forma de sátira la comparación del caótico universo del relato y la caótica realidad contemporánea. Black Mirror prescinde entonces del efecto “Frank Underwood”, puesto que la trama del relato no gira en torno a un solo protagonista, al contrario, los relatos giran en consecuencia del efecto distópico de la tecnología en la vida.

Como señalé anteriormente, la transmedialidad se origina cuando se le da la oportunidad al Fandom de convertirlos en “hacedores” de relatos, es decir, el carácter expansivo del universo de la serie. Si bien, la naturalidad de Black Mirror, no es la más propicia para la creación de historias alternas, debido a que sus personajes nacen y mueren en un mismo capítulo, así que la serie se presta para que la intervención de los fans tenga un carácter enteramente enciclopédico de la ficción. Un notable ejemplo de este tipo de intervención informativa son los conocidos “video análisis” de capítulos de una serie o los “videotops” donde se muestran rankings personales sobre personajes, capítulos, series, todo esto dentro de la plataforma Youtube. Este tipo de colaboración asegura el éxito de la serie con los fans más implicados y creativos.

En lo que respecta a la expansión del relato, existe una serie de actividades relacionadas que, si bien son de tipo ocasional, permiten al usuario adoptar un performance más activo con la narrativa. El famoso juego de los *Easter Eggs* es una de las actividades más comunes que permiten al usuario demostrar sus habilidades y conocimientos de la serie. En este sentido, hay un grupo también de actividades denominadas experienciales e interactivas con el contenido, que me gustaría citar más adelante, para detallar mejor el rasgo *interactivo transmediático* del caso estudiado en esta investigación.

El alcance que poseen los mundos narrativos y el poder que estos tienen para extenderse más allá de la obra a la que pertenecieron por primera vez. Esta estructura fuera de la obra solo es posible por dos procesos: uno de adaptación y otro de crecimiento.⁸⁵

El primer proceso está ligado estrechamente con la narrativa multiplataformática. Para ilustrar este concepto tomemos como ejemplo nuevamente la serie del espejo negro. Black Mirror demostró que su oferta al público tenía horizontes multiplataformáticos, desde que dos primeras temporadas y un especial navideño, emitidos primeramente para la televisión, fueron muy bien adaptados a la narrativa del streaming y las VOD, sin perder el carácter narrativo antológico que la caracterizó. Del mismo modo, Black Mirror puede ser consumido desde otro tipo de plataformas digitales, como el DVD y el Blu-ray.

Por su parte, el segundo proceso puede o no prescindir del traslado hacia otros medios para presentar el crecimiento del relato. Muestra de este tipo de “crecimiento” se puede asociar con la experiencia crossmediática. En Black Mirror es complicado definir si existe o no este tipo de experiencia narrativa, ya que gran parte de su contenido audiovisual por capítulo, se encuentra estructurado de manera completa y no hay necesidad de realizar esta “pausa” característica de la narrativa crossmedia.

Es difícil citar un ejemplo del crecimiento crossmediático en la serie Black Mirror. Sin embargo, es posible que ciertos *easter eggs* sean más significativos que otros, ya que son la muestra de que existe una progresión en todas las temporadas de la serie de un personaje específico. Así, en la primera temporada de Black Mirror, el capítulo titulado “*The National Anthem*” nos muestra el dilema del primer ministro Michael Callow, frente al secuestrador de la princesa Susannah. El secuestrador exige que el ministro mantenga relaciones sexuales con un cerdo en directo, a cambio de la vida de la princesa. La trama principal termina una vez que el ministro cede al pedido del captor. El capítulo concluye mostrando un año después de la vida del ministro Callow, intentando recuperar su reputación y a punto de enfrentarse a una demanda de divorcio.

⁸⁵ Nieves Rosendo Sánchez, «Mundos transmediales: Revisión conceptual y perspectiva teóricas del arte de crear mundos», *Icono14*, 14 n°1 (2016): 58-59.

Black Mirror. Capítulo “*The national anthem*”



Imagen 0.1 Easter egg 1 [Netflix, Black Mirror: “The national anthem”, screencap, 2011, <https://www.netflix.com/ec/title/70264888>, consultado el 4 de noviembre de 2019.]

Ciertamente, como indica este proceso de crecimiento, es posible aumentar la experiencia del relato dentro de la misma plataforma. Mediante esto, podemos ser partícipes de la vida del ministro después de ese año, dado que continúa desenvolviéndose dentro de la serie y está siendo contada a través de pequeñas pistas. La experiencia crossmediática inicia cuando el usuario decida elegir continuar estos datos para complementar, mediante pausas del capítulo, la caótica vida de Michael Callow después de sus acciones en “*The National Anthem*”.

Es así que, gracias a las bondades de la narrativa crossmediática y de la transmedialidad, podemos darnos un salto hacia el tercer capítulo de la tercera temporada titulado *Shut Up and Dance*. En este capítulo se muestra brevemente la noticia sobre el divorcio del ministro en el año 2013 en una revista online.

Black Mirror. Capítulo “shut up and dance”.



Imagen 0.2 Easter egg 2 [Netflix, Black Mirror: “shut up and dance”, screencap, 2016, <https://www.netflix.com/ec/title/70264888>, consultado el 4 de noviembre de 2019.]

El último capítulo de la tercera temporada, titulado *Heated in the Nation*, revela también la posible impopularidad que está atravesando el ministro en las redes sociales. Aquí se puede leer su nombre se siendo *trending* junto a la lista del hashtag #DEATHTO. Si bien recordamos, la trama principal del capítulo gira en torno a un grupo de abejas robots que asesinan a las personas que aparecen mencionadas más veces en tweets seguidos por el hashtag antes mencionado. Como el nombre del ministro se encuentra por debajo del nombre del Canciller Tom Pickering, podemos suponer que, si bien el ministro continúa siendo impopular, se ha estado ganando el perdón de la gente y su vida está reponiéndose después de su divorcio.

Black Mirror. Capítulo “Hated in the nation”.



Imagen 0.3 Easter egg 3 [Netflix, Black Mirror: “Hated in the nation”, screencap, 2016, <https://www.netflix.com/ec/title/70264888>, consultado el 4 de noviembre de 2019.]

En los episodios *NoseDive* y *Smithereens*, ambos pertenecientes a las temporadas cuatro y cinco respectivamente, se revela el aumento de popularidad y empatía hacia el ministro Callow. Durante el episodio *NoseDive*, se nos muestra una publicación desde el perfil del ministro con el encabezado “*Got thrown out of the zoo again*”. Por otro lado, su ranking (5) revela la popularidad que tiene en redes.

Black Mirror. Capítulo “NoseDive”.



Imagen 0.4 Easter egg 4 [Netflix, Black Mirror: “Nosedive”, screencap, 2016, <https://www.netflix.com/ec/title/70264888>, consultado el 4 de noviembre de 2019.]

Finalmente, en el episodio *Smithereens*, se logra cerrar de algún modo el ciclo de vida del ministro. Después de siete largos años, Michael Callow lidió con la humillación pública, el divorcio y el repudio en redes sociales, manteniendo el liderazgo de la nación durante un gran número de crisis nacionales y personales.

Black Mirror. Capítulo “Smithereens”.



Imagen 0.5 Easter egg 5 [Netflix, Black Mirror: “Smithereens”, screencap, 2019, <https://www.netflix.com/ec/title/70264888>, consultado el 4 de noviembre de 2019.]

Como mencioné anteriormente, resulta difícil confirmar una experiencia crossmediática, así como el crecimiento transmedial dentro de esta serie. El análisis pretencioso de *The National Anthem*, solo demuestra que existe un intento por parte del episodio de compartir ciertas similitudes, a pesar de que estas “pausas” no precisan que regresemos a la trama principal para entender la naturalidad del *easter egg evolucionado*. Resulta interesante que la serie, de cierto modo, aproveche el sesgo entre las nuevas narrativas, a favor de conseguir una personalidad interactiva, cosa que luego se verá reflejada también en la película *Bandersnatch*.

3.4 Primeras reflexiones en torno a la plataforma.

En definitiva, la estrategia de Netflix es bastante interesante y compleja, porque desintegra narrativas establecidas para las audiovisuales, con el fin de experimentar otras formas de contar y vivir una historia. Lo que convierte en grande y novedoso a las series y

producciones originales de Netflix, es precisamente la modificación de la plataforma y el estudio sobre su audiencia. Este juego entre suponer que el cliente sabe lo que quiere y dejar que ellos decidan, provoca cierta personalización, tanto en el material, como en la plataforma, sobre todo para perpetuar el *engagement* sin límites. Para bien o para mal, la plataforma efectivamente ha ido modificando la interacción con su usuario. Desde la expansión de su catálogo de películas y series, hasta el cambio en la interfaz e interactividad con el dispositivo.

La transformación de la plataforma ha estado tan enfocada en complacer a su usuario y sumergirlo en estos mundos transmediales, que actualmente las narrativas mixtas presentes en las plataformas *streaming* y productoras independientes, crean títulos más atrayentes en el mercado audiovisual, como fue el caso de *Black Mirror: Bandersnatch*. Es así que el ambiente mixto de la plataforma Netflix, requirió que su expansión audiovisual emigrase a otros dispositivos con una mejor inmersión y mecánicas para la narrativa, cosa que *Youngblood* ya planteaba en el año 1975. Es posible que la sinestesia lograda por Netflix haya tomado prestados determinados elementos analizados anteriormente en los videojuegos.

Bandersnatch, al igual que otras producciones audiovisuales, exigen la migración del dispositivo a uno más “compatible”. Esta compatibilidad se rige a modelos más recientes de Smart TV, aunque también lo es con la mayoría de reproductores multimedia en streaming, videoconsolas de última generación y un gran número de navegadores web: «Consumir el material audiovisual por medio de un mando y una consola afecta de igual o menor medida a esta respuesta kinética»⁸⁶

⁸⁶ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 71-73.

Banner de Black Mirror Bandersnatch compatible con tecnología Smart



Imagen 0.6 Banner que indica la compatibilidad con tecnología Smart [Netflix, 591159_732217.jpg, imagen, 2018, https://e.rpp-noticias.io/normal/2018/12/28/591159_732217.jpg, consultado 5 de noviembre 2019.]

3.5 Resultados.

Este apartado se ha dividido en tres partes. La primera expone el análisis del caso: La película interactiva de Netflix, Black Mirror: Bandersnatch. El segundo apartado señala el conjunto de narrativas que han logrado el éxito interactivo del caso. La tercera y última parte, muestra los resultados del trabajo de investigación.

3.5.1 Análisis del Caso: Black Mirror Bandersnatch

La plataforma Netflix contaba ya con experiencias previas en narrativas interactivas, aplicadas a relatos para un público más joven. La narrativa interactiva enfocada para el aprendizaje, como ocurre comúnmente en el contenido audiovisual para niños, no es algo plenamente nuevo, ni difícil de lograr. Sin embargo, para el año 2017, Netflix apostó por realizar un producto audiovisual que pudiese entregar la experiencia interactiva para un público más exigente. Es así que en diciembre del 2018, se estrenó Black Mirror Bandersnatch.

La película o el episodio interactivo, como algunos le llaman, está dirigida por David Slade, protagonizada por Fionn Whitehead y se estrenó en Netflix, por lo que está disponible únicamente en esta plataforma. La exclusividad, para bien o para mal, permite que el metraje pueda ser **interactuado** en varios dispositivos que tengan una conexión a la red y que permitan al usuario gozar de la experiencia interactiva. Para aquellos dispositivos menos compatibles, la película muestra una versión no interactiva que puede ser **vista** de un solo tirón.

Banner de Black Mirror Bandersnatch no compatible con tecnología Smart



Imagen 0.7 Banner que indica la compatibilidad con tecnología Smart [Netflix, netflix-1024x576.jpg, imagen, 2018, <https://www.concierto.cl/wp-content/uploads/2019/11/netflix-1024x576.jpg>, consultado el 11 de noviembre del 2019.]

En el caso de esta versión no hay un mayor cambio en la trama ni en su estilo. Por otro lado, el cambio de dispositivo sí afecta mayormente a la duración del metraje, pudiendo durar entre 90 y 120 minutos. En cuanto al relato, en Bandersnatch es bastante simple, considerando la complejidad de la serie predecesora. Sin embargo, la sinopsis que nos ofrece la misma plataforma resulta algo confusa, debido a que está compuesta por tres ideas distintas, pero que no revelan mayor información de la película. Estas tres ideas son: 1) En 1984, un chico sueña con diseñar un videojuego a partir de una novela fantástica. 2) El autor del libro no tuvo un final feliz. 3) Él tiene que elegir su propia aventura.

Mediante a estas tres ideas que componen la sinopsis, podríamos realizar una evaluación sobre la descripción general del relato y su posible estado de interactividad. Tomando la primera oración de la sinopsis de la película, es decir, *En 1984, un chico sueña con diseñar un videojuego a partir de una novela fantástica*, se presume perfectamente la trama central en Bandersnatch: Un joven británico llamado Stefan Butler cumple el sueño de su vida al entrar a trabajar en la compañía de videojuegos Tuckersoft en el año 1984. El trabajo de Butler consiste en adaptar una novela de ciencia ficción a un videojuego.

Mientras que la tercera oración es una metáfora de la estrategia interactiva de la trama, es decir, *“Él tiene que elegir su propia aventura”*. Esto podría fácilmente asociarse con la mecánica de decisiones del relato y cómo estas mecánicas pueden afectar el contenido de la película, conduciéndola hacia aquel inevitable desenlace, reflejado en su segunda oración: *“El autor del libro no tuvo un final feliz”*.

Como se ha comprobado, Netflix realiza un gran estudio de sus usuarios y su contenido, debido a que su perdurabilidad como SVOD se debe al éxito que tienen sus producciones originales. Para Bandersnatch, el target objetivo de la plataforma fue bastante variado, considerando a los fans fieles de la serie Black Mirror, jóvenes adultos de entre 20 y 35 años, aquellos fans del *Arcade* y otros videojuegos, el nicho de producciones interactivas y un público que no está suscrito a la plataforma. Esto hizo que Bandersnatch se convirtiera en uno de los principales referentes actuales en películas interactivas, producciones audiovisuales interactivas, contenido interactivo y la adaptación del “game movie” para plataformas streaming.

Su contenido está repartido en 3 plataformas distintas: la plataforma streaming, una página web y dos juegos online. En la plataforma streaming, como hemos referido, el contenido cambiará dependiendo de la compatibilidad del dispositivo. En el caso de que el dispositivo sea compatible, aparecerá un breve tutorial explicando la mecánica utilizada, ya sea que se esté utilizando el control del televisor o algún otro tipo de mando. Una vez realizado el tutorial, las instrucciones desaparecen y comienza a reproducirse la película en pantalla.

En la página web, encontramos contenido de la empresa ficticia de videojuegos “*Tuckersoft*”, ambientado bajo un estilo de los años 80’. El contenido de la página se reduce a una breve descripción del propósito de la empresa y una pequeña descripción de sus dos próximos lanzamientos: *Bandersnatch* y *Metl Hedd*.

Entrada para la página web de la empresa *Tuckersoft*



Imagen 0.8 Contenido transmedial interactivo [Netflix, *Bienvenidos a Tuckersoft*, screencap, 2018, <https://www.tuckersoft.net/ealing20541/>, consultado 11 noviembre de 2019]

Uno de los juegos online se encuentra en la misma página web de “*Tuckersoft*” como *link* directo a la página web de la plataforma streaming. La mecánica de esta plataforma resulta en un ciclo que juega entre la ilusión del juego y la realidad del juego, el contenido de la película interactiva y su mundo transmedial. Ahora, el segundo juego online es el resultado de la interacción del usuario con el contenido, ya que solo podemos acceder al juego mediante un código QR, oculto en una de las líneas narrativas del metraje.

Entrada para el juego *Bandersnatch*



Imagen 0.9 contenido transmedial interactivo [Netflix, Bandersnatch, screencap, 2018, <https://www.tuckersoft.net/ealing20541/> , consultado 11 noviembre de 2019]

En cuanto a la estructura, como todo contenido interactivo, ofrece una gran cantidad de narrativas lineales que dependen de la presencia de una estructura madre o una línea narrativa principal. La trama central de la película vendría a constituir esta narrativa madre, mientras que aquellas decisiones claves, serían las responsables de la transformación estructural del relato. Me refiero a decisiones claves como aquellas que son tomadas bajo un carácter de “*game over*”. Hago esta aclaración ya que dentro de la estructura existe cierto contenido interactivo que solo aporta información adicional al relato. Por ejemplo, al inicio de la película se nos presenta la opción de elegir entre dos cereales distintos. Se ha comprobado que la decisión que tomemos no afecta en nada con la trama central además de mostrarnos un comercial en la tv.

Por último, la interactividad en la película *Bandersnatch* sitúa al usuario y al contenido de una forma solo vista en los videojuegos, ya que utiliza ciertas mecánicas ludonarrativas, como parte de la narrativa interactiva en la película. Estas mecánicas son:

1. Quick time events: *Black Mirror Bandersnatch* está plagado de varias de estas secuencias que integran la interactividad junto con escenas cinemáticas. Un notable ejemplo de un QTE se muestra durante la escena de acción entre la Dra. R. Haynes y Stefan. La mecánica de los QTE permite al jugador ver la película, a la vez que debe pulsar ciertos botones o tomar ciertas decisiones para hacer avanzar la trama.

Escena de acción perteneciente a la decisión “Señal – Netflix”

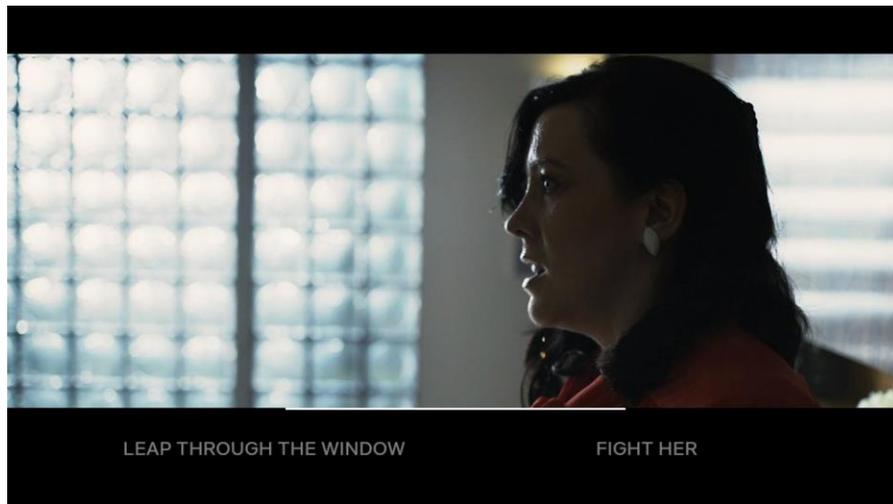


Imagen 0.10 Ejemplo de quick time events en Bandersnatch [s/a, Alice Lowe in Black Mirror: Bandersnatch (2018), screencap, 2018, <https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm326385382>, consultado 15 de noviembre de 2019.]

2. Conversaciones entre el personaje principal y otros NPCs: Un diálogo entre el personaje jugable con otros personajes, resulta ser una característica bastante básica para muchos videojuegos. Permitir esta interacción verbal, crea lazos y vínculos entre los personajes del juego, así como también pueden ser los desencadenadores del conflicto de la trama principal, como ocurre en Bandersnatch. Dentro de la película gran parte de las decisiones que afectan estrechamente a la narrativa, se presentan en un diálogo entre Stefan y otro NPC (non-player character). Esto se puede observar en el diálogo que tienen Stefan, Colin Ritman y Mohan Tucker, antes de poder tomar la decisión de aceptar o no la oferta en Tuckersoft.

Escena sobre la oferta de trabajo en Tuckersoft.

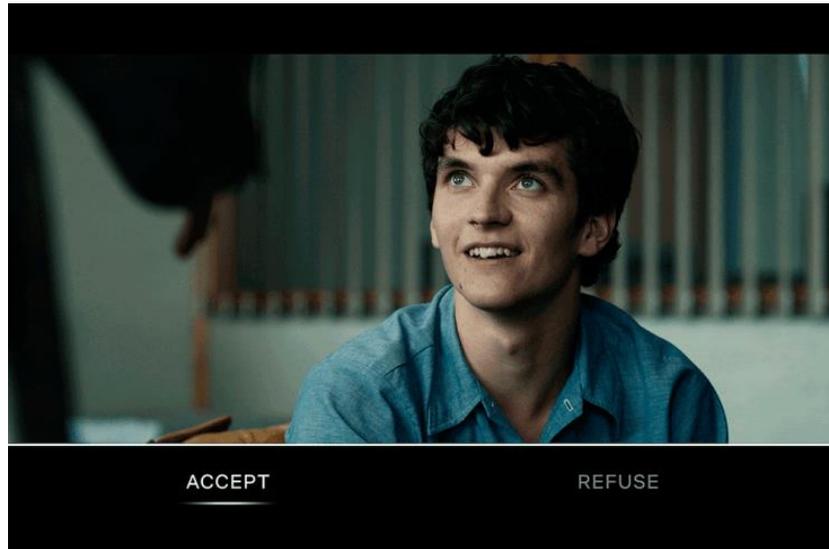


Imagen 0.11 Ejemplo de una conversación entre el personaje principal y otro NPC [s/a, 07BandersnatchES03-superJumbo.jpg, screencap, 2019, <https://static01.nyt.com/images/2019/01/07/universal/es/07BandersnatchES03/07BandersnatchES03-superJumbo.jpg?quality=90&auto=webp>, consultado 15 de noviembre de 2019.]

3. Mostrar el efecto de sus acciones: Esta mecánica toma el rol de las conocidas recompensas en los videojuegos. No todas estas recompensas sirven solo para presentar las buenas consecuencias. En Bandersnatch, hay más malas consecuencias que buenas, por lo que mostrar el efecto de nuestras decisiones en la pantalla, tiene una función más allá de solo obligarnos a ser testigos. Así, Bandersnatch no existe un *Game Over*, dado que cada decisión mal tomada, nos regresa al inicio o un *checkpoint*. Ser conscientes de las consecuencias, determinará el nuevo destino del relato, ya sea aceptar o no un trabajo o perseguir a Colin por la calle, cada una de nuestras decisiones tienen efectos y estos efectos pueden ser reversibles.

Rating del juego Bandersnatch por televisión.



Imagen 0.12 Ejemplo del efecto de tus acciones en Bandersnatch [s/a, Black Mirror: Bandersnatch, screencap, 2018, <https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm3263788288>, consultado el 15 de noviembre de 2019.]

4. Crear conexiones emocionales: Las conexiones emocionales se consiguen mediante una relación empática entre el jugador y el personaje jugable. Esta conexión se puede valer de las cinemáticas del videojuego, así como de las mecánicas narrativas del mismo. En Bandersnatch, esta conexión emocional se experimenta desde el momento que nuestro objetivo como espectador se vincula con el objetivo del propio Stefan. Su desesperación, decepción y estrés, se convierten en impactos emocionales sobre nosotros mismos.

Escena perteneciente a la decisión “Gritar a papá – arrojar té sobre el ordenador”

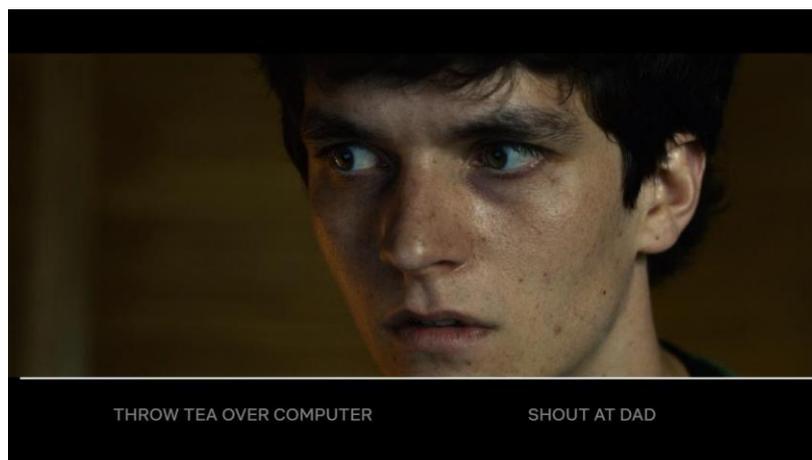


Imagen 0.13 Ejemplo de la creación de conexiones emocionales en Bandersnatch [s/a, Fionn Whitehead in Black Mirror: Bandersnatch, screencap, 2018, <https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm1116304640>, consultado el 15 de noviembre de 2019.]

5. Marcar el ritmo: Esto permite que exista una manera de controlar, por parte del jugador, ciertos espacios de descanso antes o después de decisiones importantes. En los videojuegos el ritmo es marcado mediante cinemáticas antes de una batalla, mientras que en *Bandersnatch*, el ritmo es marcado mediante diálogos o monólogos antes de un momento clímax. Por ejemplo, cuando Stefan visita a Colin en el departamento, este pronuncia una especie de discurso metafórico sobre el antiguo juego Pac-Man. El discurso plantea un escenario donde ninguna de nuestras decisiones es tomada por nosotros mismos y que la muerte es una mentira. Este discurso aparece momentos antes de tener que elegir entre quién salta o no por la ventana del edificio.

Escena en el balcón del apartamento de Colin.

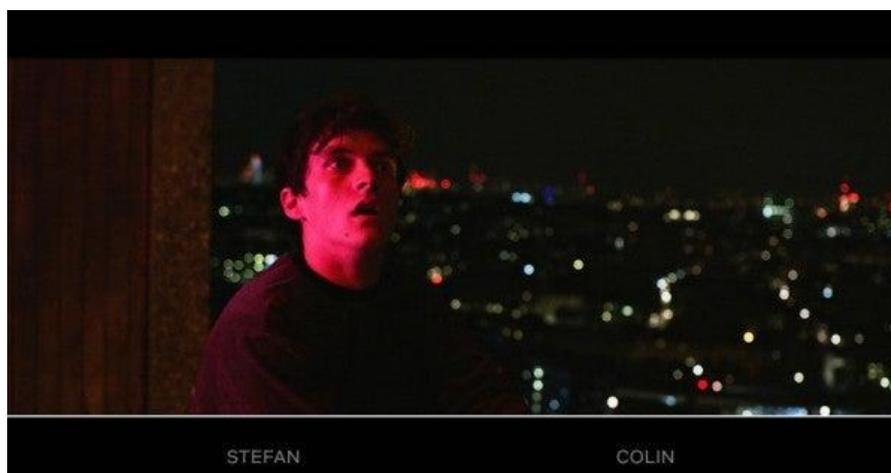


Imagen 0.14 Ejemplo de opciones que marcan el ritmo en *Bandersnatch* [s/a, Pacman_dies_all_the_time.jpg, imagen, 2018, https://oyster.ignimgs.com/mediawiki/apis.ign.com/black-mirror/9/95/Pacman_dies_all_the_time.jpg?width=960, consultado el 20 de noviembre de 2019.]

6. Scripts o scripted events: «Todas aquellas secuencias de eventos programadas en un escenario para que se ocurran determinadas respuestas o efectos»⁸⁷. Desde sutiles cambios de cámara para guiar la mirada hacia algún objeto importante dentro de la trama, hasta la elaboración de *Machinimas*, término que se refiere a la creación de animaciones en video

⁸⁷ Curiel, «El videojuego como medio narrativo», 46.

usando el motor de un videojuego y reciclando sus recursos. En Bandersnatch los scripts están presentes, por ejemplo, cuando Stefan interactúa con ciertos elementos que contribuyen a un cambio de la trama. Estos elementos pueden ser la fotografía familiar, el oso de peluche, el libro de ciencia ficción.

Scripts en Bandersnatch: Oso de peluche, fotografía familiar, libro de ciencia ficción.



Imagen 0.15 Ejemplo de scripts en Bandersnatch [Elaboración propia]

3.6 Análisis de la película interactiva: Jugando con la narrativa.

El trabajo de investigación ha permitido la observación individual de cada uno de los elementos narrativos y mecánicas interactivas que, dentro del producto audiovisual, resultaba complicado definir por sí mismas. Mediante el análisis realizado, tanto a la película interactiva de Netflix, como a la plataforma, podemos distinguir cuáles han sido las características en la nueva narrativa interactiva que propone Netflix.

Un primer elemento en común, constatado tanto en la plataforma como la película interactiva, es **la expansión del universo transmedial**. Es muy probable que esta expansión continúe siendo de preferencia, ya que caracteriza a la mayoría de las producciones originales de la plataforma. Desde el perfil creado para Frank Underwood, hasta el juego creado por Colin Ritman titulado Nohzdyve y los videos parodia con personajes de la serie-novela *Casa de las flores*, es inevitable que la expansión consista en una mezcla entre narrativas

transmedial, crossmedial y multiplataformática, a favor del alcance interactivo del producto. Es debido a esta interactividad y a la necesidad de estar disponible en la mayor cantidad de dispositivos tecnológicos, que **el producto es moldeado** para que llegue tanto a consumidores, como a potenciales consumidores.

Entrada en la página web del juego Nohzdye de Tuckersoft.



Imagen 0.16 contenido transmedial interactivo [s/a, Nohzdye, screencap, 2018, <https://www.tuckersoft.net/ealing20541/> , consultado 16 noviembre de 2019]

Otra característica que destaca de la película interactiva de Netflix, es que comparte con los videojuegos sus dos tipos de narrativas: **narrativa embebida** y **narrativa emergente**. Como vimos anteriormente, la narrativa embebida está presente en casi todos los videojuegos y, específicamente, en Bandersnatch consiste en **la trama sencilla sobre la vida de un personaje determinado**. La función de una narrativa embebida es hacer que el jugador forme parte de la trama y, al igual que la narrativa común, la narrativa embebida mantiene una estructura de principio a fin, a pesar del carácter interactivo. En lo que respecta a la narrativa emergente en Bandersnatch, **las decisiones que tomamos, los finales alternativos o finales abruptos, la muerte de ciertos personajes e incluso la ruptura de la cuarta pared**, son algunas de las mecánicas ludo-diegéticas de las que se apropia Netflix para la creación de “tu propia historia” en su plataforma.

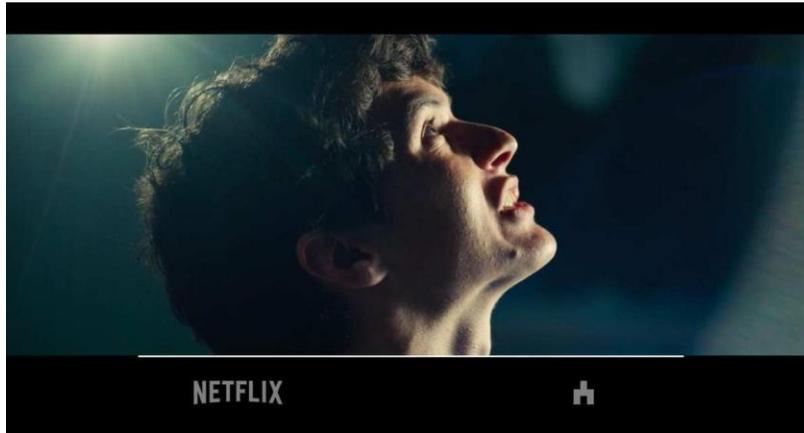


Imagen 0.17 Ejemplo de mecánicas ludo-diegeticas en Bandersnatch [s/a, Screen_Shot_2018_12_28_at_10.56.06_AM.jpg, imagen, 2020, https://i1.wp.com/pousta.com/wp-content/uploads/2019/01/Screen_Shot_2018_12_28_at_10.56.06_AM.jpg?w=1200&ssl=1, consultado el 19 de noviembre de 2019.]

En cuanto a la estructura de la narración, en sentido general, Bandersnatch utiliza las **linealidades libres** o **multilinealidades**, para extender la duración de la trama y entregarle más complejidad a la narrativa. La experiencia interactiva que nos ofrece la película, puede bien **extender** la duración del relato a más de 20 decisiones o **minimizarlo** a solo tres. Mientras más decisiones tengamos que tomar, el relato de Stefan empezará a complejizarse, aunque mantenga solo tres posibles finales: 1) El juego de Stefan sale al mercado con una pésima clasificación. 2) El juego de Stefan sale al mercado con una buena clasificación. 3) El juego, simplemente, no sale al mercado.

De hecho y, aunque suene increíble, tanto Black Mirror como Black Mirror Bandersnatch, son creadores de contenido interactivo. El primero crea un interactivo sutil o primitivo, mediante el juego de búsqueda de *easter eggs* que aparecen en cada capítulo. El propósito de esta experiencia interactiva permite a la plataforma **agilizar el estado activo del usuario**, construyendo conexiones dentro del universo de la serie. Por su parte, el segundo, **utiliza al usuario para que agilice la interactividad de la plataforma** con el relato de la película.

Crear un interactivo para la plataforma streaming consiste en un trabajo colaborativo que, tanto la serie (Black Mirror) como su película (Black Mirror: Bandersnatch), utilizan de

la forma más sencilla. Es por esto que la interacción resulta tan básica como elegir entre dos opciones o pausar el episodio para buscar un objeto en la pantalla. El rasgo interactivo de la película, a diferencia de la interactividad obsesiva de los videojuegos, prescinde de jugar con la narrativa formal del cine. A diferencia de los *game-movie*, una película interactiva se mantiene en planos generales, medios, frontales y fijos. Mientras que, en juegos como *Heavy Rain*, podemos cambiar el punto de vista de la cámara para experimentar parte de la creación formal de la narrativa.

Otro aspecto que diferencia a los *game-movie* de las películas interactivas es la prioridad que le dan a la dinámica con los elementos interactivos. Así, desde tomar una ducha, preparar la comida, huir en una persecución o robar, se convierten en mecanismos de mayor o menor inmersión y conexión con la trama principal. Su personaje, el ambiente, personajes NPC y otros personajes jugables conforman el cambio de ambiente narrativo. En *Bandersnatch*, por ejemplo, encontramos un Stefan poco inmerso en su propia narrativa, con un desinterés por su padre y su salud mental deplorándose poco a poco, debido a sus altas expectativas al trabajar con su ídolo diseñador de videojuegos.

Hay autores que creen que un videojuego te permite vivir el cine, puesto que consta con elementos del séptimo arte, pero esta afirmación está muy alejada de la realidad que hemos podido ver a través de este análisis. Personalmente creo que ambas narrativas, tanto cine como videojuegos, permiten vivir diferentes tipos de historias ficticias o reales, ofreciendo formas completamente distintas de vivirlas. Por ejemplo, te permiten construir y ser el alcalde de tu propia ciudad (*SimCity*, 1989 – 2015) o revivir los hechos ocurridos durante la primera guerra mundial (*1917*, 2019), ambas completamente inmersivas en cuanto les permite su capacidad.

Capítulo 4. Conclusiones.

Este trabajo de investigación ha permitido ampliar el conocimiento sobre el rumbo que está tomando el cine, al potenciar las nuevas narrativas cinematográficas interactivas y su participación dentro de nuevas plataformas audiovisuales. Para ello se realizó un estudio que nos aproximó hacia lo que hoy podemos definir como “el fenómeno Netflix”. En el camino que nos condujo hasta aquí, en primer lugar, hemos realizado **una investigación general del carácter interactivo del arte**, mediante un análisis del desarrollo lúdico en las artes antes del digital (A.D), que denominamos **interactividad analógica** y la propuesta interactiva del arte después del digital (D.D), denominado **interactividad digital**.

Este acercamiento demuestra el poder de las narrativas para conseguir, a través de una participación activa emocional, pluri-sensorial y de movimiento, la transformación del espectador. La **interactividad analógica** comprende aquellos medios narrativos tradicionales que inconscientemente involucraban en el proceso creativo de la obra a su público. Respecto a la **Interactividad digital**, queda por decir que se transforma en una especie de retroalimentación más directa entre *emisor, receptor y canal de retorno*.

En segundo lugar, definimos un marco teórico, gracias al cual se pudo profundizar en las nuevas narrativas audiovisuales, para constatar la existencia de un nuevo tipo de espectador que se encuentra deseoso de participar del relato. El estado de **usuario – creador** le permite al espectador involucrarse más con la obra, dependiendo de cuán efectivo resulta ser **el efecto emocional** y su estado de **sinestesia**.

Como se pudo comprobar, el cambio en la perspectiva sobre los deseos y necesidades del espectador, requería de una transformación en la experiencia narrativa. Junto con la posibilidad de emigrar hacia otras plataformas, las audiovisuales fomentaron el desarrollo de sus propias **mecánicas ludo-narrativas** para revalorizar el potencial narrativo del relato, a la vez que se perfeccionaba la interactividad con la plataforma.

Una vez estudiadas aquellas narrativas que toman en cuenta el nuevo estado del espectador – usuario, se ha realizado un análisis de la plataforma que consigue integrarlo

todo más eficientemente. Desde el enganche emocional hasta la interactividad con su contenido, **Netflix** resultó ser la plataforma que evidencia la capacidad de **expandir la experiencia del relato y la personalización del medio para el usuario**. En fin, queda claro que: **El cine ya está preparado para explorar nuevas plataformas y la plataforma es el principal factor que puede modificar la narrativa**.

Existe un contraste en cuanto a la percepción que tenemos sobre el futuro del cine. Medios como el streaming, el ciberespacio y el universo de la digitalización, no son sino otras formas de interacción que cada uno tiene el deber de explorar. Netflix te permite realizar esa exploración libre en su catálogo de películas, de acuerdo a “la negociación” previa con tus preferencias.

Este tipo de interacción con la plataforma cambia totalmente la manera de involucrarnos con el material audiovisual. Siendo *Bandersnatch* el producto audiovisual interactivo más reciente y el caso de estudio para esta investigación, queda decir que, a pesar de constituir una tecnológica avanzada, poco utilizada en el cine y exigua en otras plataformas streaming, resulta aún bastante inocente y un poco arriesgada, al igual que ocurre en sus vecinos audiovisuales, como el documental interactivo y el videoclip interactivo.

Con el análisis realizado a *Bandersnatch*, no cabe duda de que la mayor parte de su éxito está ligado estrechamente por el *hype* que sostuvo la serie, previamente al estreno de la película en la plataforma, mas no por el desempeño tecnológico empleado en el desarrollo de la narrativa o de la plataforma. Como se pudo observar previamente, gran parte de la mecánica interactiva está compuesta de *quik time events*, que no contribuyen con el tipo de inmersión a la cual está sometida la tecnología dentro de los videojuegos.

Resulta correcto decir que uno de las principales limitantes en cuanto a la narrativa para películas interactivas es la simplicidad de sus mecánicas y la limitada interfaz que ofrece la plataforma. Por otro lado, cuando *Bandersnatch* se estrenó, una parte de la novedad estuvo depositada en las tres plataformas que contienen el universo de *Black Mirror*: serie, película interactiva y pagina web. Asumiendo que existe un tipo de hibridación de las nuevas narrativas audiovisuales a favor de la expansión del relato, es totalmente posible que en el momento que la película se expandió hacia estas tres plataformas, se haya constatado la

existencia de un nuevo modelo interactivo propuesto por la plataforma streaming para todo su contenido original.

Otra posibilidad referente al ambiguo éxito tras el estreno de *Bandersnatch* puede indicar que las películas interactivas no logran tener el mismo éxito de aquellos videojuegos categorizados como *gamemovies*. La explicación más plausible para esto sugiere que, sin importar qué tan cercanas sean las narrativas y mecánicas que el cine toma prestadas de los videojuegos, las películas interactivas no pueden ser consumidas con la misma predisposición que al sentarse a jugar.

El cine no necesita emular la narrativa interactiva de los videojuegos. La interacción del cine no precisa de ser como la utilizada en el mundo del *gaming*. Resulta más interactiva la creación de un universo transmediático que elegir “sí o no” en una pantalla de carga con aproximadamente 10 segundos. Es cierto que la tecnología ha ido transformando de a poco el mundo del cine. El cambio de la percepción que se tiene sobre el sujeto, otorgándole más poder y control en el universo virtual de la pantalla, acercándolo más en el desarrollo y proceso creativo, es efectivamente uno de los muchos caminos poco explorados del cine mas no de las audiovisuales.

Para finalizar, a lo largo de esta investigación hemos sido testigos de lo complejo que resulta el estado del cine en relación con las narrativas interactivas que ofrecen las nuevas plataformas streaming. Son muy pocos los autores que proponen un tipo de interactividad para el cine, sin embargo, podemos distinguir, al menos, tres posibilidades para una historia interactiva: **el videojuego, la película interactiva y el universo transmediático**. Cualquiera que sea utilizada consiste en una nueva perspectiva, diferente inmersión y, sobre todo, distinto carácter interactivo-narrativo. Aunque resulte joven y muy poco explorado el uso de la interactividad en el cine, esta perspectiva es bastante poderosa para relucir el potencial narrativo, tanto dentro del relato como de las narrativas que se expanden fuera de él.

Ahora, consideremos la cuestión de si es realmente este el camino para el cine, es decir, apostar por la innovación que ofrecen las plataformas streaming. ¿Por qué el film “Okja” de Bong Joon-ho (2017) estuvo envuelto de polémicas, debido al concepto dicotómico sobre los modelos de exhibición de las películas presentadas en festivales?

Problemáticas como esta retomaron la idea de que el cine como espacio de exhibición es actualmente solo una parte de la vida de una película. En este sentido, ya hemos visto que desde un principio la industria de los *blockbusters* fomentó esta idea de llevarse momentáneamente la experiencia cinematográfica a casa. Por otro lado, la industria del DVD reemplazó la experiencia momentánea para convertirse en una permanente y ni hablar del impacto que tuvo el internet en cuanto a elegir la visualización de los estrenos más recientes del cine desde la comodidad de un ordenador personal.

¿A qué se debe que filmes poco convencionales, como *Black Mirror: Bandersnatch* o *el mismo Okja*, que constituyen nuevas experiencias y relatos alternativos distintos a lo que acostumbran producir las industrias del cine, encuentren en Netflix esa oportunidad nueva, fresca y permanente? Esta cuestión no tiene una respuesta única, a pesar de que el costo de estas transformaciones afecta directamente la experiencia romántica de una sala cine. No importa cuán grande sea la pantalla del televisor, o lo fielmente que esté adaptado el *home-theatre* en la sala de una casa, parece que la experiencia que implica visitar una sala de cine es imposible de emular. Pero, todas estas son cuestiones que quedarían por abordar en un estudio futuro.

Probablemente, como ocurrió con el estreno de “El Irlandés” de Martin Scorsese en el año 2019, las historias que antes experimentábamos en el cine empezarán a tantear las libertades que ofrecen las plataformas. La posibilidad de retroceder, avanzar, pausar, repetir una y otra vez una escena, son factores que contribuyen con otro tipo de experiencia que una sala de cine no se puede permitir, mas no reemplazan el carácter tradicional de encontrarse allí con un grupo de gente desconocida, pero que comparten contigo una misma pasión. Después de todo, el cine se trata de un cúmulo de experiencias, en tanto que Netflix solo nos ha ofrecido algo que queda por conocer todavía más.

Aún existe un largo camino que el cine tiene que recorrer. No podemos hablar de una devaluación de la experiencia cinematográfica, cuando la industria continúa aportando con nuevas narrativas, nuevos relatos, nuevos espacios y formatos no convencionales, más allá de lo que una pantalla en una sala de cine o una pantalla de celular puede ofrecer. La interactividad es un producto innovador para cualquiera de las posibilidades que se han

desarrollado en la narrativa audiovisual y Bandersnatch es solo una de las consecuencias futurísticas de esta evolución tecnológica actual.

BIBLIOGRAFIA

Abellán Hernández, María. De Miguel Zamora, Marta. «Narrativa transmedia: resignificando el consumo mediático. Presentación» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°1 (2016): 1-7.
<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/947/538/+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-d>

Achica-Allande García, Jose Manuel. *La producción de las narrativas transmedia: Proyecto Daphne, un ejemplo práctico*. Gandía: Universitat Politècnica de Valencia, 2017.

Albarello, Francisco «Carlos Scolari, Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan» *Austral Comunicación*, n°2 (diciembre 2013): 247-249.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5652806.pdf>.

Alonso, Rodrigo. «Fuera de las formas del cine: Experiencia de cine expandido en Argentina» *Segundas Jornadas Nacionales: El Cine y las Artes Audiovisuales. Enfoques Analíticos y Transdisciplinarios*. (2001)
http://www.roalonso.net/es/arte_y_tec/cine_expandido.php

Argán, Giulio Carlo. *El arte moderno: del iluminismo a los movimientos contemporáneos*. Editado por Gloria Cué. Madrid, Ediciones Akal, S.A. 1999.

Ávila Valdés, Noemí. «Interactividad y arte interactivo: la realidad inmersiva» *Arte, individuo y sociedad*. n°15 (enero-noviembre, 2003): 163-168.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/download/ARIS0303110163A/5839>.

Ballester Beneit, Olga. *Estudio del cine interactivo*. Gandía: Universidad Politècnica de Valencia, 2011.

Baudrillard, Jean «Videosfera y Sujeto Fractal» en *Videoculturas de fin de siglo*, ed. de Anna Giordano. Madrid: Catedra s.a., 1990.

Baudrillard, Jean. *El complot del arte: ilusión y desilusión estéticas*. Editado por Irene Agoff. Epublibre, 2014.

Bauman, Zygmunt. *Modernidad líquida*. Editado por Marta Rosenberg, Jaime Arrambide Squirru. Argentina: Fondo de cultura económica, 2000.

Bauman, Zygmunt. *Vida líquida* ed. Albino Santos Mosquera, s/l, s/f, [circulosemiotico.files.wordpress.com › vida-liquida-zygmunt-bauman](http://circulosemiotico.files.wordpress.com/vida-liquida-zygmunt-bauman)

Bernstein, Gastón. «Jugar al cine: Black Mirror y la interactividad como cruce interdisciplinario» *Revista de la asociación argentina de estudios de cine y audiovisual*, n°20 (2019): 489-497.

<http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/1857>.

Byung-Chul Han, *La expulsión de lo distinto*, ed. por Alberto Ciria, Barcelona: Herder, 2017.

Cabrera Gonzales, Ángeles. «La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n.º 15. (2010): 167-177. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i1.287>.

Cambra Donet, Celia. *Videoclips interactivos: características y tendencias*, Gandía: Universitat Politècnica de València, 2019.

Carrasco Bretón, Julio. «Manifiesto del arte lúdico» *Archipiélago: Revista cultural de nuestra América*, n°44, (2004): 64-69. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/archipelago/article/view/19708/18699>

Collado, Esperanza. «El cine y su resonancia en el espacio, una aproximación al cine expandido contemporáneo en España» *Arte y políticas de identidad*, vol.8, (2013): 115-136. <https://revistas.um.es/reapi/article/view/191671>.

Corona Rodríguez, Jose Manuel. «¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedial de las narrativas» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°1, (2016): 30-48. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.919>.

Costa Sánchez, Carmen. Teresa, Piñeiro Otero, «Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n° 2 (2012): 102-125. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156>.

Cuadrado Alvarado, Alfonso. «Tocar a través del cuadro: una genealogía del interfaz como metáfora de control en el espacio del arte, el cine y los videojuegos» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°2 (2014): 141-167. <https://doi.org/10.7195/ri14.v12i2.708>.

Curiel, África. *El videojuego como medio narrativo*. Universidad de Sevilla, España, 2015. www.academia.edu › El_Videojuego_como_Medio_Narrativo

De Toro, Alfonso «Hacia una teoría de la cultura de la ‘hibridez’ como sistema científico transrelacional ‘transversal’ y ‘transmedial» *Estudios literarios y estudios culturales. Nuevo texto crítico*. (2003-2004): 275-329. <https://es.scribd.com/doc/53444120/Alfonso-de-Toro-Hacia-una-teoria-de-la-cultura-Hibridez>.

Debray, Régis. «Las tres edades de la mirada» en *Vida y muerte de la imagen: Historia de la mirada en Occidente*. Ed. Paidós Comunicación, vol. 58. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica, S.A., 1994.

Debray, Régis. *Introducción a la mediología*, ed. Nuria Pujol i Valls. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica, S.A., 2001.

Del Pino, Cristina, Elsa, Aguado. «Comunicación y tendencias de futuro en el escenario digital: el universo “sisomo” y el caso de la plataforma Netflix» *Revista comunicación*, n°10, (2012): 483-494. <https://pdfs.semanticscholar.org/e0dc/6ab077cfb6e3ef6cf9a012dc8955c826e015.pdf>

Del Pino, Cristina. Elsa, Aguado. «Internet, televisión y convergencia: nuevas pantallas y plataformas de contenido audiovisual en la era digital. El caso del mercado audiovisual online en España» *Journal Observatorio*, n°4 (2012): 57-75. <https://doi.org/10.15847/obsOBS642012590>.

Deleuze, Gilles *Post Scriptum sobre las Sociedades de Control*, ed. Martin Caparrós, Montevideo: El lenguaje literato, 1991.

Fernández, José Luis. «Plataformas mediáticas y niveles de análisis» *Revista de la Escuela de Comunicación: intermediaciones de la comunicación*, n° 11 (2016): 75-96.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6698275.pdf>.

Freitas, Cristiana. Cosette Castro. «Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas» *Revista estudios culturales*, n°5 (2010): 19-42.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3739970>.

Gil Gonzáles, Antonio J. «Narrativa aumentada» *1616: Anuario de literatura comparada*, n°5 (2015): 45-74.

https://revistas.usal.es/index.php/1616_Anuario_Literatura_Comp/article/view/14024

Gilles Lipovetsky, Sebastián Charles. *Los tiempos hipermodernos*. Editado por Antonio Prometeo Moya. Barcelona, Editorial Anagrama, 2004.

Gómez Postigo, Inmaculada. «El relato audiovisual: del relato clásico al relato interactivo» *Historia y comunicación social*, n°7 (2002): 187-200.

<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS0202110187A>.

Gómez Vargas, Héctor. «El cine después del cine, Comunicación ampliada y entornos transmedia: videojuegos y cine» *Entre textos: labor de punto*, n°25 (2017): 73-86.
<http://entretextos.leon.uia.mx/num/25/labor-de-punto/PDF/ENTRETEXTOS-25-L6.pdf>.

Gonzáles Gómez, Orlando. *Análisis de la narrativa audiovisual de los youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos*. Universidad de Málaga, 2018.

González-Victoria, Luis Manuel. «Artes de acción: re-significación del cuerpo y el espacio urbano», *Revista nodo* n.º10 (2011): 55-72.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3736212.pdf>.

Grace, Christian. «On-Demand audiovisual markets in the European Union» *European Commission, DG Communications Networks, Content & Technology*, (2008-2012) 1-253.

Gurianos, Virginia. «Transmedialidades: el signo de nuestro tiempo» *Comunicación* n°5 (2017): 17-22.

http://revistacomunicacion.org/pdf/n5/articulos/transmedialidades_el_signo_de_nuestro_tiempo.pdf.

Hernández Pérez, Juan Francisco. «Nuevos Modelos de consumo audiovisual: Los efectos del *binge watching* sobre los jóvenes universitarios» *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°13 (2017): 201-221. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.11>.

Hidalgo Marí, Tatiana. Jesús Segarra Saavedra. «El fenómeno youtubers y su expansión transmedia. Análisis del empoderamiento juvenil en redes sociales» *Fonseca, Cuaderno de comunicación*, n°15 (2017): 43-56. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/17328>

Itzel Rodríguez Mortellaro, «Artes de acción» *Performancelogía: Todo sobre arte de performance y performancistas*. (2007). <http://performancelogia.blogspot.com/2007/01/arte-de-accion-itzel-rodriguez-mortellaro.html>.

Jean, Baudrillard «Ilusión, desilusión estética», traducido por Mauricio Molina. *Fractal* n° 7. 2012.

Jenkins, Henry. «Game Design as narrative architecture» *Computer* (2004): 118-130.

Jenkins, Henry. «Transmedia 202: Further Reflections», *Confessions of an aca-fan* (Julio, 2011). http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

Julio Cortázar, *Rayuela*, Buenos Aires, Pantheon Books, 1963. edición para PDF.

King, Stephen. *El resplandor*. s/l: Editorial Debolsillo, 1977. Edición para PDF.

La Ferla, Jorge. «Cine expandido o el cine después del cine» *Ejes de reflexión, desafíos de la cultura en la era digital*, (2010): 152-158. <http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores2010/Cine%20expandido%20o%20el%20cine%20despu%20E9s%20del%20cine.%20Jorge%20La%20Feria.pdf>

La Ferla, Jorge. «El cine después del cine» *Montajes, revista de análisis cinematográfico*. n°4 (2016): 25-40. <http://www.revistamontajes.org/wp-content/uploads/2017/01/JorgeLaFerla.pdf>.

Lacalle, Charo. «La ficción interactiva: Televisión y web 2.0» *Ambitos, Revista Andaluza de comunicación*, n°20 (2011): 87-107. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16821321005>.

Lipovetsky Gilles, Jean Serroy. *La pantalla global, Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Editado por Antonio Prometo Moya. Barcelona/ Editorial Anagrama, 2009.

Londoño, Felipe César. Josep Ma. Monguet F. *Interficies de las comunidades virtuales: Formulación de métodos de análisis y desarrollos de los espacios en las comunidades en red*. Manizales, Universitat Politècnica de Catalunya, 2002.

López, Adrián «Youtubers nueva lógica comercial y narrativa en la producción de contenido para la web». *Revista en línea, Letra. Imagen. Sonido L. I. S. Ciudad mediatizada*, n°15 (2016): 225-241. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5837809>.

Luizzi, Álvaro. «El documental interactivo en la era transmedia: de géneros híbridos y nuevos códigos narrativos» *Obra Digital: Revista de comunicación*, n°8 (2015): 105-135. <https://www.raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/301178>

Machado, Arlindo. *Pre-cine y post-cine: en diálogo con los nuevos medios digitales*. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: la marca editora, 2015.

Martínez Fabre, Mario-Paul. «Gameplay abierto. Intertextualidad, intermedialidad y autorreferencia en la partida de juego» *Revista LifePlay*, n°1 (agosto 2013), 10-26. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5079528>.

Marzal Felici, Javier. Emilio Saéz Soro. «Videojuegos y cultura visual» *CAC, cuadernso artesanos de comunicación*, n°42 (2013): 1-224. https://issuu.com/eslibre.com/docs/videojuegos_y_cultura_visual.

Massara, Gisela. Camila, Sacbeckis. Eleanora, Vallazza. «Tendencias en el cine expandido contemporáneo» *Cuadernos del centro de estudio de comunicación y diseño* n°66 (2018): 1-196. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=661&id_articulo=13875

Medrano, Iris. «Narrativa audiovisual: Narrativa televisiva» (2009). [irismedrano.files.wordpress.com > 2009/01 > narrativa-audiovisual](http://irismedrano.files.wordpress.com/2009/01/narrativa-audiovisual).

Millo Sánchez, Reinier. Carlos Morell Pérez: Carlos García González, Irina Siles Siles. «La interactividad en la Televisión Digital: su desarrollo en Cuba» *Revista cubana de ciencias informáticas*, n°1 (2018): 205-219. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000100015&lng=es&nrm=iso.

Müller, Catalina. Micaela Ariño. «Netflix ¿utopía del usuario?» *Unidad Sociológica, Inquietudes y cuestiones sociológicas clásicas y contemporáneas*, n°13-14 (2019). <http://unidadesociologica.com.ar/UnidadSociologica13142.pdf>.

Muñoz, Pamela. «Fluxus: La revolución del arte» *Cultura Colectiva*. (2014). <https://culturacolectiva.com/arte/fluxus-la-revolucion-del-arte>

Murolo, Leonardo. Aon, Luciana. «Maratón en Netflix, House of cards, entre la narrativa de la televisión y la web.» *Trampas de la comunicación y la cultura*, n°82 (2018). <https://doi.org/10.24215/2314xe023>

Nabokov, Vladimir. *Lolita*, s/l: Freeditorial, 1955. Edición para PDF.

Navarro Zamora, Lizy. «Tres lustros del periodismo digital: Interactividad e hipertextualidad» *Comunicar: Revista científica de educomunicación*. n°33 (2009): 35-43. <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=33&articulo=33-2009-05>.

Neira, Elena «Tu no decides lo que ves en Netflix» Conferencia grabada en 2019, video en YouTube, 18:34, acceso el 14 de noviembre de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=u4lpDKMja-o>.

Oittana, Leonardo. «La desaparición de lo real o el éxtasis de la comunicación» *La trama de la comunicación*, n°17, (2013): 255-269. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927375015>

Packard, Edward. R. A. Montgomery, Joe Stretch. *Choose your own adventure*. Nueva York: Bantam Books, 1979–1998.

Peinado, Federico. Michael Santorum. «Juego emergente: ¿Nuevas formas de contar historias en videojuegos?» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°4 (2004): 47-57. <https://doi.org/10.7195/ri14.v2i2.439>.

Peña, Vicente Timón. «Imagen narrativa: de la imagen prehistórica a las tecnologías de la imagen» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* n.º1 (2003): 72-92. <https://doi.org/10.7195/ri14.v1i1.464>.

Pérez Royo, Victoria. «El giro performativas de la imagen» *Revista Signa*, n°19 (2010): 143-158. <https://doi.org/10.5944/signa.vol19.2010.6232>.

Pestano Rodríguez, J. M.; Gabino Campos, M. y Delponti, «Elementos diferenciales en la forma audiovisual de los videojuegos. Vinculación, presencia e inmersión», *Revista Mediterránea de comunicación*, n°3 (2012): 1-13. https://www.researchgate.net/publication/277754100_Elementos_diferenciales_en_la_forma_audiovisual_de_los_videojuegos_vinculacion_presencia_e_inmersion

Pinto Garzón, Karen Tatiana. Daniel, Barredo. «La interactividad en la televisión analógica y digital: algunas ideas sobre el dialogo audiovisual permanente» *Revista 100-cs. CEPU – ICA*, n°3 (2017): 59-69. https://www.researchgate.net/publication/321020125_La_interactividad_en_la_television_a_nalogica_y_digital_algunas_ideas_sobre_el_dialogo_audiovisual_permanente.

Pinto Lobo, María Rosa «El discurso narrativo en televisión.» *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, N°. 1 (1995): 69-77. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC9595110069A>

Popper, Frank. *Arte acción y participación, el artista y la creatividad de hoy*. Madrid: AKAL, 1980. Edición para google books.

Quintana, Ángel. *Después del cine: Imagen y realidad en la era digital*. ed. Quaderns Crema, S.A.U. Barcelona: Acantilado, 2011.

Quintana, Ángel. Oscar Carreño «Después del cine» conferencia grabada en 2011. Video en Vimeo, acceso el 24 de octubre de 2019, <https://vimeo.com/78242425>.

Radici, Florencia. «Reed Hastings, CEO de Netflix: queremos grabar en la argentina» *InfoTechnology*, (2015). <https://www.infotechnology.com/negocios/Reed-Hastings-CEO-de-Netflix-Queremos-grabar-en-la-Argentina-20151130-0002.html>

Ramallal, Pablo Martín. Andrea Bertola Gberllini, Antonio Merchán Murillo. «Blackmirror-Bandersnatch, paradigma de diégesis hipermedia para contenidos mainstream VOD» *Ambitos, Revista internacional de comunicación*, n°45 (2019): 280-309. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.16>.

Rincón, Omar «Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar» *Comunicar: Revistas científica de educomunicación*, n°36 (2011): 43-50. <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=36&articulo=36-2011-06>.

Rivera Betancur, Jerónimo León. Ernesto Correa Herrera. «La imagen y su papel en la narrativa audiovisual» *Razón y palabra*, n°49 (2006): 107. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2161509>

Rosendo Sánchez, Nieves «Mundos transmediales: Revisión conceptual y perspectiva teóricas del arte de crear mundos» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°1 (2016): 49-79. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.930>.

Rosendo Sánchez, Nieves. «Mundos transmediales: Revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°1 (2016): 49-70. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.930>.

s/a, «About Netflix: Netflix has been leading the way for digital content since 1997» *Netflix media Center*, (s/f), <https://media.netflix.com/en>.

s/a, «Kinoautomat, el primer largometraje interactivo, medio siglo después» *Cine en conexión* (2016) <https://cineenconexion.wordpress.com/2016/11/23/kinoautomat-el-primero-largometraje-interactivo-medio-siglo-despues-conexion-praga-parte-1/>

Sabich, María Agustina. Steinberg, Lorena. «Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de internet» *Revista mediterránea*

de comunicación, n°8 (2017): 171-188.

<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.12>

Santaella, Fedosy. «Netflix y las nuevas viejas narrativas» *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, n°181 (2018): 49-53.
http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2018181_49-53.pdf.

Scolaris, Carlos A. «Homo Videoludens 2.0 de pacman a la gamification» *Col-lección Transmedia XXI*, vol. 5 (2013). <https://hipermediaciones.com/2013/05/23/homo-videoludens-2-0-de-pacman-a-la-gamification/>

Scolaris, Carlos A. «Narrativas transmedia: Nuevas formas de comunicar en la era digital» *Anuario AC/E, de cultura digital*. n°6 (2014): 71-81.
https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf.

Senar Canalís, Oscar «Elena Neira: Somos un libro abierto para Netflix» *El diario Aragón*, (2018). https://www.eldiario.es/aragon/cultura/Elena-Neira-libro-abierto-Netflix_0_831867152.html.

Siri, Laura. «El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿el fin de la televisión y del cine?» *Hipertextos*, n°5 (2016): 47-109.
<http://revistahipertextos.org/wp-content/uploads/2016/11/El-rol-de-Netflix-en-el-ecosistema-de-medios-y-telecomunicaciones.-Siri.pdf>.

Sossa Rojas, Alexis. «Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo», *Polis, Revista latinoamericana*. (2012): 1-20.
<http://journals.openedition.org/polis/1417>

Uribe-Jongbloed, Enrique. «El cambio mediático de la televisión: Netflix y la televisión en teléfonos inteligentes» *Revista palabra clave*, n°19, (2016): 658-364.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64944803001>

Youngblood, Gene. *Cine expandido*. ed. Sáenz Peña. Buenos Aires/ Universidad Nacional de tres de febrero, 1970.

Zapata Vázquez, Ignacio. «La interactividad como arte» *ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, n°1 (2015): 2700-293. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4997127.pdf>.

FILMOGRAFÍA

Booker, Charlie. *Black Mirror*. Reino Unido: Netflix, 2011, servicio streaming, 64.5 min.

Buñuel, Luis. *Los olvidados*, México: Ultramar Films, 1950, YouTube, 88 min.

Burdine, Roy. Castuciano, Johnny. *El gato con botas: atrapado en un cuento épico*. Estados Unidos: Dreamworks, 2017, servicio streaming, 35 min.

Cameron, James. *Avatar*. Estados Unidos: 20th Century Fox, 2009, Blu-ray, 162 min.

Caro, Manolo. *La casa de las flores*. México: Netflix, 2018, servicio streaming, 27-37 min.

Chaskin, Harry. *Buddy Thunderstruck: La lista de quizá*. Estados Unidos: Netflix, 2017, servicio streaming, 12 min.

Činčera, Radúz. Ján, Roháč, Vladimír, Svitáček. *Kinoautomat: one man and his house*. Czechoslovakia: Ladislav Kalas, 1997, 63 min.

Columbus, Chris. Cuarón, Alfonso. Newell, Mike. Yates, David. *Harry Potter*. Reino Unido: Heyday Films, Warner Bros., 2001-2011, Blu-Ray.

Cook, Victor. Altieri, Kevin. Caldwell, Alan. Paur, Frank. *Strech Armstrong and the Flex Fighters: The Breakout*. Estados Unidos: Netflix, 2018, servicio streaming, 30 min.

Fincher, David. *House of cards*. Estados Unidos: Sony Pictures Television, 2013, servicio streaming Netflix, 47-59 min.

Forman, Milos. *Amadeus*, Estados Unidos: The Saul Zaentz Company, 1984, Netflix, 161 min.

Harmon, Robert. *Gotti*. Estados Unidos: HBO Pictures, 1996, 116 min.

Kohan, Jenji. *Orange is the new Blac*. Estados Unidos: Lionsgate Television, 2013-2019, Netflix, 51-92 min.

Kubrick, Stanley. *Lolita*. Reino Unido: Seven Arts Productions, 1962, 153 min.

Kubrick, Stanley. *The Shining*. Reino Unido: Warner Bros. Pictures, 1980, Blu-Ray, 146 min.

Letterman, Rob. *Pokémon: Detective Pikachu*. Estados Unidos: Legendary Entertainment, the Pokémon Company, Toho, Warner Bros. Pictures, 2019, Blu-Ray, 104 min.

Lucas, George. *Star Wars*. Estados Unidos: Lucasfilm, 1977-2019, Netflix, Blu-Ray.

Lyne, Adrian. *Lolita*. Estados Unidos: Pathé, 1997, YouTube, 137 min.

McManus, Stephen. *Minecraft: Story Mode*. Estados Unidos: Telltale Games, 2015, servicio streaming Netflix, 30-90 min.

Méliès, Georges. *Le voyage dans la lune*. Francia: Star Films Company, 1902, Youtube, 14 min.

Reed, Dan. *Leaving Neverland*. Reino Unido: HBO, Channel4, 2019, 236 min.

Scott, Ridley. *Blade Runner*, Estados Unidos: The Ladd Company, Shaw Brothers, Blade Runners Partnership, 1982, 117 min.

Slade, David. *Black Mirror: Bandersnatch*. Reino Unido: Netflix, 2018, servicio streaming, 90 min.

The Square

Thomas, Ralph L. *The Terry Fox Story*. Canada, Estados Unidos: HBO films, 1983, 97 min.

Van Sant, Gus. *Elephant*. Estados Unidos: HBO films, 2003, 81 min.

Wiene, Robert. *Das Cabinet des Dr. Caligari*. República de Weimar: Universum Film AG., 1920, YouTube, 71 min.

Yuyama, Kunihiko. *Pokémon the First Movie: Mewtwo Strikes Back*, Japón: Oriental Light and Magic, Nintendo, 4Kids Entertainment, 1998, 85 min.

JUEGOS

Ambrella. *Pokémon rumble rush*, Australia: The Pokémon Company, 2019, dispositivos iOS y Android.

Byles, Will. *Until Dawn*, Norte America: Sony Computer Entertainment, 2015, remake para PlayStation 4, 9-10h.

Dontnod Entertainment. *Life is Strange*, Square Enix, 2015, Steam, 14-15 h.

Fox, Nate. *Infamous: Second Son*. Sony Computer Entertainment, 2014, PlayStation 4, 10-12 h.

Howard, Todd. *Fallout 4*. Bethesda Game Studio, 2015, PlayStation 4, 40 h.

Levine, Ken. *Bioshock*, Norte America: 2K Games, 2007, remake para PlayStation 4, 5-6 h.

McClendon, Zak. *Bioshock 2*, Norte America: 2K Games, 2009, remake para PlayStation 4, 10-12h.

Miyamoto, Shigeru. Yokoi, Gunpei. *Mario Bros*. Nintendo, 1983, Game Boy Advance.

Nakanishi, Koshi. *Resident Evil 7: Biohazard*. Capcom, Humble Store, Microsoft, PlayStation, Steam, 2017, PlayStation 4, 8-10h.

Naughty Dog. *Uncharted*. Sony Computer Entertainment, 2007-2017, remake para PlayStation 4. 10 h.

Niantic, Inc. *Pokémon GO*. Nintendo, 2016, dispositivos iOS y Android.

Shikura, Chiyomaru. *Steins; Gate*. Japón: 5pb. Nitroplus, 2009, PSP, 20h.

Shimizu, Takao. Imamura, Takaya. *Star Fox 64*. Japón: Nintendo, 1997, Nintendo64, 1h30.

SNK, Nazca Coroporation, MEGA Entreprise, Noise Factory. *Metal Slug*, Japón: SNK, 1996, Arcade, 60 min.

Tajiri, Satoshi. *Pokémon Red and Blue*, Japón: Game Freak, 1996, Game Boy.

Taoplan. *Zero Wing*. Japón: Taito, Arcade, 1989, CD-ROM.

Ueda, Fumito. Kaido, Kenji. *Ico*. Japón: Sony Computer Entertainment, 2001, remake para PlayStation 3, 7 h.

Ueda, Fumito. *Shadow of the Colossus*. Japón: Sony Computer Entertainment, 2005, remake para PlayStation 4, 10-20 h.

Ueda, Fumito. Suzuki, Shunpei. Niwa, Hitoshi. *The Last Guardian*. Japón: Sony Computer Entertainment, 2016, PlayStation 4, 14 h.