

Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva*

Immersion, social media and transmedia storytelling: the inclusive mode of reception

Philippe Gauthier

Queen's University, Kingston, Canadá
philippe-2.gauthier@polymtl.ca

Resumen

En el presente artículo, sostengo que las redes sociales se convierten en el sitio principal de un nuevo conjunto de relaciones entre la ficción y la realidad en la narración transmedia al permitir la interacción entre los personajes (en el mundo ficticio) y los interactores (en el mundo real). Estas relaciones subyacen a un nuevo modo de recepción, que propongo llamar el modo de recepción inclusivo. A diferencia del modo de recepción "inmersivo", cuyo objetivo final es sustituir una realidad por otra alterando la realidad del interactor y sumergiéndolos en un mundo ficticio completamente diferente, el objetivo principal del modo de recepción "inclusivo" es posibilitar la coexistencia simultánea de dos mundos (los de la realidad cotidiana del interactor y del mundo ficticio que consumen) y conectarlos utilizando las redes sociales como interfaz.

Palabras clave

Redes sociales, narración transmedia, interfaz, inmersión, modo de recepción.

Abstract

In the present article, I argue that social media become the main site of a new set of relations between fiction and reality in transmedia storytelling by enabling interaction between characters (in the fictional world) and interactors (in the real world). These relations underlie a new mode of reception, which I propose to call the inclusive mode of reception. Unlike the "immersive" mode of reception, whose ultimate goal is to substitute one reality for another by altering the interactor's reality and plunging them into an entirely different fictional world, the main objective of the "inclusive" mode of reception is to make possible the simultaneous co-existence of two worlds (those of the interactor's everyday reality and of the fictional world they consume) and to connect them using social media as an interface.

Keywords

Social media, transmedia storytelling, interface, immersion, mode of reception.

Recibido: 30-07-2017/ Aceptado: 04-04-2018 / Publicado: 30-06-2018
DOI: 10.5354/0719-1529.2018.46952

* Este trabajo ha sido apoyado financieramente por Queen's University, University of Ottawa y Bishop's University. Traducido por Mariela Michel

1. Introducción

Las relaciones entre las redes sociales y los personajes de ficción han sido, hasta ahora, analizadas exclusivamente a través de la óptica del *fandom*¹. Estos estudios resaltan en particular el importante papel que han jugado los fans en la creación de relatos en las redes sociales dedicados a sus personajes favoritos. Ese tipo de relatos extraoficiales permiten a estos fans volverse parte tanto del mundo ficcional de su figura favorita, como también de una comunidad de fans que gira en torno a ese mundo ficcional. Sin embargo, ocurre con muy poca frecuencia que los académicos se dediquen a examinar el fenómeno relativamente reciente de incorporar las redes sociales a las narrativas transmedia (en inglés, *transmedia storytelling*) a través de la creación de relatos "oficiales" para personajes ficticios. Este uso de las redes sociales en relación a las narrativas transmedia ya no está reducido a producciones independiente tales como *Hello Geekette* (2008-2011), *Noob* (2008-2017), *Marble Hornets* (2009-2014) y *Carmilla* (2014-2016). Últimamente, se encuentra también en producciones de los principales estudios de Hollywood, incluyendo el Universo Cinematográfico de Marvel (del 2008 al presente).

Angela Ndalians menciona al pasar el tema, en su trabajo sobre campañas publicitarias virales, que ella considera como una forma de narrativa extendida (Ndalians, 2012:163-193). Para Ndalians, estas campañas publicitarias intensifican la inmersión de la audiencia en un universo ficcional mediante la adaptación de estrategias interactivas que provienen de juegos de realidad alternativa, como el navegar en un entorno urbano utilizando las redes sociales con el objetivo de resolver un misterio². En el caso de este ejemplo particular, los participantes deben recoger información que está dispersa tanto a través de varias plataformas (páginas web, cuentas de Facebook y de Twitter, films, series televisivas, etc.), como también en varios lugares de la ciudad.

2. Marco teórico

En el presente texto, propongo iniciar una discusión que problematice más directamente la incorporación de las redes sociales en las narrativas transmedia a través de la creación de relatos "oficiales" para personajes de ficción. Importa clarificar qué se entiende por transmedia en este artículo y cómo otros autores han utilizado ese término, porque el término transmedia engloba una variedad de prácticas. Mi enfoque toma prestado elementos de la teoría de los estudios mediáticos sobre las narrativas transmedia, y deja de lado los interrogantes que sacó a la luz la teoría de estudios narrativos sobre la narrativa transmedial. Más precisamente, esta última área – descrita de varios modos como narratología transmedial, narrativa transmedial y estudios de narrativas mediáticas– examina la naturaleza de la narrativa a la luz de la relación entre narrativa y medios, y se plantea preguntas tales como: ¿de qué modo las propiedades intrínsecas del medio moldean la forma de la narrativa y afectan la experiencia narrativa?, ¿qué propiedades de un medio determinado son favorables o perjudiciales para la narratividad?, ¿qué es lo que el medio x puede hacer que el medio y no puede?, ¿cuáles son los géneros, dispositivos, o problemas narrativos que son específicos de un medio? o ¿en qué condiciones los medios no-verbales pueden contar historias? (Ryan, 2004: 35). Como señaló el teórico de la narrativa David Herman, la narratología transmedial es "el estudio de todo tipo de narrativas, independiente de origen, medio, tema, reputación, o género" (Herman, 2002: 47).

Mientras que la teoría de las narrativas transmediales de los estudios narrativos está interesada en el estudio de la naturaleza medio-específica y no-medio-específica de la narrativa, la teoría de los estudios mediáticos sobre las narrativas transmedia, por otra parte, procura entender cómo un mundo narrativo se despliega a través de plataformas mediáticas. Los teóricos de los estudios mediáticos han desarrollado, como resultado, varios conceptos (con frecuencia semejantes) para entender cabalmente las sutilezas de las narrativas transmedia. Para mencionar solamente unos pocos ejemplos, es posible hacer

referencia a lo que Marc Ruppel describe como “narrativas *cross-sites*” estructuras que “hacen añicos la fijeza de la narrativa como un emprendimiento de un único medio y establecen en su lugar un mundo narrativo multi-mediático” (Ruppel, 2006). Para Jill Walker, “las narrativas distribuidas [son historias que] no pueden ser experimentadas en una sola sesión o en un sólo espacio” (Walker, 2004: 91). Glorianna Davenport caracteriza “las historias muy distribuidas” como narrativas “capaces de expandir el involucramiento social de las audiencias y al mismo tiempo ofrecer una inmersión intensa en la experiencia de una historia que se desarrolla en múltiples ámbitos públicos y privados” (Davenport, Agamanolis, Barry, Bradley & Brooks, 2000: 456-469).

Finalmente, un último ejemplo: el teórico de los medios Henry Jenkins ha popularizado lo que él llama “narrativas transmedia.” Como Jenkins explica:

Un relato transmedia se despliega a través de múltiples plataformas mediáticas y cada nuevo texto hace una contribución distintiva y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor - de tal modo que una historia podría ser introducida en un film, expandida a través de la televisión, novelas e historietas; su mundo podría ser explorado por medio del videojuego o experimentado como una atracción en un parque de diversiones (Jenkins, 2006: 95-96).

Podemos agregar a esta definición el contenido generado por el usuario como una de las estrategias para expandir los mundos ficcionales (Scolari, 2009: 585-606). Coincido con Carlos Alberto Scolari en que la mayoría de estos conceptos “grosso modo (...) trata de nombrar una misma experiencia: una práctica de producción de sentido e interpretativa basada en historias que se expresan a través de una combinación de lenguajes, medios y plataformas” (Scolari, 2009: 588). Es esta clase de experiencia la que se encuentra en el centro de este artículo.

Mi objetivo es demostrar, a través de un estudio de caso de la historia transmedia *Marble Hor-*

nets (2009-2014), cómo la presencia de personajes de ficción en las redes sociales crea nuevas relaciones entre su mundo ficcional y la realidad del *interactor* – relaciones que, además, son acentuadas por el uso de tecnologías móviles³. El término “interactor” – una palabra compuesta formada por “interacción” y “actor” – es empleado a lo largo de este capítulo en lugar de los términos usuales “espectador” o “televidente.” Incluso cuando el término “espectador” no se refiere a un “receptor” más o menos pasivo, y le otorgamos completa agentividad en la base de toda experiencia estética, una de las ventajas del término “interactor” es que hace posible contextualizar, desde su propia formulación, el fenómeno que procuro observar. En efecto, como Catherine Guéneau oportunamente señala, “en la web, ¿no es cierto que somos (simultáneamente o por separado) lector, espectador, jugador, oyente, guionista, e incluso a veces camarógrafo (con una webcam)?” (Guéneau, 2006: 70). Por lo tanto, el término “interactor” enfatiza la naturaleza activa/creativa de la experiencia estética producida por algunas narrativas transmedia. Asimismo, abordaré después la pregunta de cómo esas nuevas relaciones entre interactor y mundo ficcional nos imponen una reevaluación del concepto de “inmersión” – un concepto que fue desarrollado para entender mejor las relaciones entre ficción y realidad creadas por medios más tradicionales tales como la novela, la novela gráfica, la televisión, el cine y los videojuegos.

Para superar la esterilidad heurística de estos dos conceptos, propongo considerar las redes sociales como una interfaz entre la realidad del interactor y el mundo ficcional que éste consume. El principio subyacente en mi abordaje es bastante simple: al habilitar la interacción entre un personaje (en el mundo ficcional) y un interactor (en el mundo real), las redes sociales se han convertido en el sitio principal de un nuevo conjunto de relaciones entre ficción y realidad. Más precisamente, entonces, deseo formular la hipótesis de que las redes sociales actúan como una interfaz que permite que elementos ficcionales estén presentes en la realidad cotidiana del interactor, creando de ese modo para el interactor nuevas formas de entrar en contacto

con los personajes de los mundos ficcionales. Como un concepto analítico, esta interfaz me permite plantear interrogantes sobre los límites y las fronteras entre representación y realidad, y sobre los modos en los que la información ficcional se materializa en nuestras vidas cotidianas. En los últimos años, dichas interfaces se han vuelto importantes marcos conceptuales que nos habilitan a pensar a través y más allá de los dualismos –tales como lo virtual y lo físico o ficción y realidad– al focalizar nuestra atención en las fronteras que separan varios sistemas, marcos o tipos de *software*, y en las formas de contacto y de comunicación que podrían ser posibles, si estas fronteras fuesen cruzadas o transgredidas (Manovich, 2001; Drucker, 2011; y Jeong, 2013). El concepto de interfaz también vuelve posible formular preguntas en torno al modo en que las conexiones entre varios sistemas son posibles. En última instancia, la interfaz es un espacio de contacto y negociación entre los diversos sistemas, un espacio que debe ser constantemente explorado.

Así, la consideración de las redes sociales como una “interfaz” entre la realidad del interactor y el mundo ficcional que él consume, destaca las nuevas relaciones entre ficción y realidad. Estas nuevas relaciones subyacen una nueva modalidad de recepción que propongo llamar la modalidad inclusiva de recepción, que contrasta con la modalidad de recepción “inmersiva” vinculada al concepto de inmersión. A diferencia de la modalidad de recepción “inmersiva”, cuyo fin último –sin realmente llegar a alcanzarlo nunca– es el de *substituir una realidad por otra*, a través de alterar la realidad del interactor y hacer que se zambulla en un mundo ficcional enteramente diferente. El objetivo principal de la modalidad de recepción “inclusiva” es el volver posible la simultánea *co-existencia de dos mundos* (aquellos de la realidad cotidiana del interactor y del mundo ficcional que consume) y conectarlos usando las redes sociales como una interfaz. En otras palabras, es como si los mundos ficcionales se volvieran parte de nuestra realidad a través de las redes sociales.

3. Personajes de Ficción en las Redes Sociales

La presencia de personajes de ficción en las redes sociales no es un fenómeno reciente. Los fans han creado páginas dedicadas a sus personajes de ficción favoritos desde el surgimiento de las redes sociales en sitios como *MySpace*. En el presente, los fans continúan administrando esas páginas en *Facebook*, *LiveJournal*, *Tumblr* y *Twitter* como una forma de vivir plenamente sus mundos ficcionales favoritos y de continuar la narrativa. Este juego de roles es un modo de no sólo entrar en este mundo, sino también en una comunidad de fans vinculada a él (Coppa 2006; Wood & Baughman, 2012; McClellan 2013; Bore & Hickman 2013; y Lookadoo & Dickinson 2015). Las personas que están detrás de estas páginas extraoficiales (o de estos perfiles) interactúan entre ellas, o con otros fans del mismo mundo de una manera que es consistente con la psicología del personaje cuya presencia ellos desean simular en Internet. Otros se apropian de la identidad de un personaje de ficción con el fin de generar posteos humorísticos o satíricos en las redes sociales.

También existen en las redes sociales perfiles de personajes ficcionales que podrían ser descritos como “oficiales,” en el sentido de que esos perfiles son administrados por los creadores del personaje en cuestión o al menos por aquellos que tienen los derechos. En algunos sitios de las redes sociales, es posible verificar la autenticidad de estos perfiles para permitir que otros usuarios conozcan su estatus. La insignia azul en *Facebook* y la insignia azul en *Twitter*, por ejemplo, confirman esta autenticidad. Estos perfiles son mayormente usados para promover nuevos productos, ya sea una nueva película, libro de historietas, o productos derivados. Para convencerse de esto, uno solamente necesita navegar por los perfiles oficiales de dos de los más populares personajes de historietas en la actualidad: Superman y Iron Man⁴. Dado que estos dos personajes ahora actúan en un mundo ficcional transmedia en el cual los videojuegos, historietas, series televisivas, y films se entrecruzan y contribuyen a la misma narrativa, no es sorprendente encontrar en el perfil de Superman en *Facebook*, por ejemplo, una pu-

blicidad sobre la incorporación del personaje de Superniña en el videojuego *LEGO Dimensions*, o un enlace para hacer la reserva en línea de la última historieta de *Superman*.

Durante los últimos años, los creadores de personajes no se contentaron con usar el perfil del personaje solamente para presentarlos ante el público y promover los productos culturales relacionados con ellos. En lugar de eso, algunos creadores usan estos perfiles para desarrollar la narrativa del mundo ficcional en el cual sus personajes viven. Con estas redes sociales, los creadores hacen que los interactores interactúen con su mundo ficcional de una manera totalmente diferente. Esta clase de interacción es más difícil de lograr cuando estos interactores son lectores (de novelas o de historietas), espectadores (de films o de series televisivas) o jugadores (de videojuegos). El uso de las redes sociales por parte de los personajes hace posible, antes que nada, involucrar en mayor medida a los consumidores de los productos culturales de un mundo ficcional mediante la posibilidad de llenar ciertas lagunas narrativas entre los diferentes segmentos de un libreto narrativo, ya se encuentren éstas dispersas entre varias entregas de un medio específico (una serie de films, novelas o historietas), o a través de una variedad de plataformas, como en el caso de una narrativa transmedia⁵.

La presencia de personajes en las redes sociales también proporciona a los interactores una oportunidad para establecer nuevos tipos de relaciones con ellos. No se trata solamente del hecho de que los personajes hablen sobre asuntos de sus vidas privadas, como lo hacen millones de usuarios reales, dando de ese modo a los interactores acceso privilegiado a sus pensamientos más íntimos; estos personajes también comentan sobre asuntos de actualidad y fenómenos culturales contemporáneos, al compartir sus citas favoritas extraídas de films recientes, o al pedir recomendaciones de restaurantes de moda. El modo en el que los personajes ficcionales usan ciertas redes sociales, tales como la herramienta de microblogueo *Twitter*, les da un aire de autenticidad, que surge del hecho de que esto reproduce la interacción social que

se encuentra comúnmente en las redes sociales. De esa manera, esto sitúa las vidas de estos personajes en la realidad cotidiana de los interactores. Asimismo le otorga a estos últimos la posibilidad de interactuar con estos personajes en tiempo real (y, tal vez, incluso de influir en sus tramas narrativas), en la medida en que los personajes tienen la posibilidad de responder a comentarios realizados por interactores en las redes sociales. En pocas palabras, los interactores pueden conocer más sobre las vidas de estos personajes al seguir sus perfiles, mientras que ellos siguen la narrativa del mundo ficcional en el que aquellos viven.

4. *Marble Hornets* (2009-2014)

*Marble Hornets*⁶ es una buena ilustración de cómo la forma narrativa ha cambiado a raíz de la presencia de personajes de ficción en las redes sociales. *Marble Hornets* es una historia transmedia que se desarrolló entre 2009 y 2014 en tres medios: 1) el foro del sitio *Something Awful* (somethingawful.com), 2) una cuenta de *Twitter*, y 3) una serie web emitida en dos cuentas de *YouTube*. *Marble Hornets* cuenta la historia de un hombre joven llamado Jay, que intenta descubrir por qué su amigo, Alex, está escondido. Alex estaba filmando una película de cine estudiantil llamada *Marble Hornets*, pero él abandonó el proyecto dos meses después de haber comenzado la producción. Antes de su desaparición, Alex dio a Jay las tomas que había filmado, y le pidió que nunca le hablara al respecto. A pesar de todo esto, Jay decide subir algunos *clips* a *YouTube*. Al compartir la historia de Alex de esa manera, Jay alberga la esperanza de que algún navegante de la web pueda ayudarlo a resolver el misterio y, en última instancia, a encontrar a su amigo. Cuando explora el contenido de los archivos, Jay descubre que Alex fue intimidado por la aparición de una figura misteriosa durante el rodaje de su película. Los personajes en *Marble Hornets* se refieren a esta figura de traje negro – que parece estar inspirada en el personaje sobrenatural de ficción el Hombre Delgado (*the Slenderman*) – como “el Operador (*the Operator*)”⁷. A medida que sus encuentros con el Operador comienzan a

expandirse más allá de los lugares de su rodaje, Alex gradualmente va cayendo en un estado de paranoia. Vemos así que el trabajo y la vida personal de Alex se desmoronan silenciosamente a medida que avanza el posteo de cortos *clips* a *YouTube*. A medida que Jay examina las tomas de video que dejó Alex, algunos acontecimientos que involucran al Operador comienzan a influir también en su propia vida. Esta figura misteriosa comienza entonces a invadir también la vida personal de Jay, obligándolo, al igual que a su amigo Alex, a filmarse a sí mismo. Los videos de *YouTube* se alternan entre los que muestran la vida de Jay y los que muestran la de Alex, resaltando así las semejanzas y conexiones entre ellos, a partir de la aparición de el Operador en sus vidas.

Marble Hornets fue presentada al interactor como una experiencia transmedia desde el principio. La historia comenzó a desarrollarse en 2009, en el sitio *Something Awful* (el 18 de junio), en *YouTube* (el 19 de junio), y en *Twitter* (el 20 de junio). Por lo tanto, *Marble Hornets* comenzó oficialmente el 18 de junio del 2009, cuando Jay posteó una entrada al foro del sitio *Something Awful* bajo el apodo⁸ "ce gars"⁹. En una publicación de 750 palabras, Jay presentó la historia de Alex y explicó por qué había sentido la necesidad de mirar la filmación que había sido dejada por su amigo. La primera aparición del personaje de Jay fue en un hilo de discusión en el cual los participantes crean leyendas urbanas e historias de terror, y respaldan sus afirmaciones con evidencia convincente y supuestamente documental. Una cuenta de *YouTube* llamada *Marble Hornets* fue configurada el día posterior a la publicación del texto, en el sitio *Something Awful*, el 19 de junio del 2009. Un video inicial llamado "Introducción" fue subido el 20 de junio. En dicho video, Jay explica brevemente las razones que lo llevaron a compartir en *YouTube* el contenido del archivo de Alex. Los creadores de *Marble Hornets* luego configuraron una cuenta de *Twitter* para Jay, el día después de haber publicado el primer video, el 21 de Junio. Un *tuit* inicial fue enviado el mismo día a las 11:48 p.m., que vincula la cuenta de *Twitter* con el sitio de *YouTube*: "Debido al interés en el canal de youtube [sic], se configura una cuenta de

twitter. Actualizaciones publicadas aquí"¹⁰. Un segundo canal *YouTube* llamado "totheark" fue configurado el 22 de julio. Los videos exhibidos en este canal eran, en su mayoría, respuestas crípticas y amenazantes a los videos del canal *YouTube Marble Hornets*. A pesar de que ninguna información sobre la identidad del personaje que estaba detrás de la configuración de este canal fue revelada durante todo el desarrollo de la historia *Marble Hornets*, la opinión consensual entre los fans fue que se trataba de alguien que había estado involucrado con el rodaje del film estudiantil de Alex¹¹.

En total, Jay publicó diecinueve comentarios en el foro *Something Awful* y subió noventa y dos videos al canal *YouTube Marble Hornets*, con un total de más de ochenta y ocho millones de visualizaciones¹². El canal "totheark", que exhibía treinta y nueve videos, tenía poco menos de diez millones de visualizaciones. Al final, Jay envió 555 *tuits* desde su cuenta *Twitter* @marblehornets, que tuvieron 58.000 seguidores. Los *tuits* de Jay, al hacer referencia directa al canal de *YouTube Marble Hornets*, notificaban a la gente sobre las actualizaciones de videos y a veces sobre problemas técnicos. Algunos mensajes describían el proceso que estaba por detrás del montaje de varios segmentos de los videos que luego era exhibidos en el canal de *YouTube*. Por ejemplo, entre la publicación del video *Entry #2* el 21 de junio del 2009, y la del video *Entry #3*, el 23 de junio del 2009, Jay envió los cuatro mensajes siguientes:

Junio 21, 2009, a las 10:50 p.m.: "Estuve mirando filmaciones todo el día. Nada interesante así que voy a darlo por terminado por esta noche"¹³.

Junio 22, 2009, a la 1:40 p.m.: "Más videos, más de lo mismo"¹⁴.

El mismo día, a las 9:14 p.m.: "Recién me di cuenta de que no he comido en todo el día. Tomándome una pausa muy necesaria"¹⁵.

Junio 23, 2009, a las 1:37 a.m.: "Exhausto por haber compilado la entrada #3. Será publicada mañana"¹⁶.

La cuenta de *Twitter* también permitió a los creadores de *Marble Hornets* desarrollar la trama narrativa mediante el añadido de nuevo contenido, como en estos tres ejemplos de mensajes enviados por Jay, en los cuales él describe sus miedos y planes futuros:

Febrero 10, 2010, a las 4:12 p.m.: "Estoy considerando tapar mis ventanas. Aún me estoy sintiendo increíblemente inseguro aquí"¹⁷.

Tres días después, el 13 de febrero del 2010, a las 10:51 a.m.: "Estoy revisando algunas tomas de vigilancia. No estoy seguro de qué encontraré. Siento como si recién hubiera sabido [sic] una vez más lo que ha estado pasando"¹⁸.

Y finalmente, el último ejemplo, del 25 de febrero del 2010, a las 4:12 p.m.: "Estoy sintiéndome como si estuviera siendo observado constantemente"¹⁹.

Marble Hornets generó una respuesta significativa de los fans en las redes sociales. Los interactores produjeron varios videos con su interpretación de la historia, o simplemente para mostrar su reacción a ciertos videos,²⁰ Ellos también interactuaron con el personaje principal, Jay, en su cuenta de *Twitter*, y le preguntaron, por ejemplo, cómo se sintió luego de haber publicado un video especialmente emotivo o cuáles eran sus planes futuros. En el curso de su búsqueda de Tim, uno de los actores en la película estudiantil de Alex, Jay anunció en un *tuit* del 10 de enero del 2012, a las 5:49 p.m. que él estaba considerando expandir su búsqueda: "Pronto estaré yendo a buscar fuera del área céntrica. Aún queda Rosswood park, pero no iré allí solo"²¹. Luego, un interactor le preguntó: "¿Con quién irías?", Jay le respondió, "Ese es el problema. No confío en nadie"²².

5. Conclusiones

De acuerdo al concepto de inmersión, la relación entre nuestra realidad y el mundo ficcional es una de exclusión. En su concepción más ex-

trema, que, en realidad, nunca es alcanzada, la inmersión puede ser descrita como la experiencia de sentirse transportado a un entorno diferente al nuestro e inventado desde cero (Murray, 1997; Ryan, 2001; Grau, 2003; y Therrien, 2013). Más precisamente, las obras de ficción cuyo objetivo es sumergir al interactor en un mundo ficcional tratan de darle al interactor la ilusión de estar rodeado por una realidad totalmente diferente de la suya propia –una realidad que trata de monopolizar toda su atención completamente. Un ejemplo de ese tipo de experiencia absorbente es la inmersión perceptual, que intenta sumergir los sentidos (Ditton & Lombard, 1997). Incluso podríamos mencionar el tipo de involucramiento psicológico que vemos en algunas actividades tales como los videojuegos, que implica un período de concentración mental durante una actividad determinada (Therrien, 2013: 452-453). Otro tipo de actividades podría incluir también la inmersión narrativa/ imaginativa, que implica dirigir nuestra consciencia del mundo real hacia narrativas imaginarias (Ryan, 2001: 98). Independientemente del tipo de inmersión de la que se trate, su objetivo definitivo es darle al interactor la impresión de que él o ella deja atrás su realidad cotidiana para *zambullirse* en otra realidad; mientras que se mantiene siempre consciente, en cierta medida, de su propio involucramiento dentro de esa realidad, y de las condiciones externas en las cuales él o ella está participando en una ficción mediada. Esta nueva realidad está diseñada de modo que sea diferente de nuestra propia realidad como el aire difiere del agua; de allí surge el uso del término metafórico inmersión, que deriva de la experiencia física de estar completamente sumergido en el agua. En suma, la noción de inmersión se sustenta en un sentimiento de "presencia," una impresión que produce la sensación de estar en un entorno viviente, en tiempo real (Grau, 2003: 7).

Al posibilitar la interacción con personajes en las redes sociales, algunos creadores, como los que están detrás de *Marble Hornets*, cuestionan la relación tradicional de exclusión entre mundos ficcionales y nuestra realidad cotidiana. Como ya mencioné, el objetivo que está detrás de las diversas estrategias de inmersión (en particular,

la inmersión perceptual, la inmersión como involucramiento psicológico y la inmersión imaginativa/narrativa) puede ser rápidamente resumido como el de transportar al interactivo desde su realidad cotidiana hacia un mundo ficcional. Esta relación implica un corte temporario y voluntario con respecto a nuestra realidad en beneficio de otra realidad mediada, aún si el interactivo mantiene siempre, en cierta medida, la consciencia de su propia realidad. La atención del interactivo por ende alterna entre los dos mundos a lo largo de su inmersión. Marie-Laure Ryan expresa esto de modo elegante, cuando ella describe la metáfora de la inmersión como la experiencia física de estar completamente sumergido en agua: "El océano es un ambiente en el cual no podemos respirar; para sobrevivir a la inmersión, debemos tomar oxígeno de la superficie, mantener el contacto con la realidad" (Ryan, 2001: 97). A pesar de esta constante ida y vuelta entre estos dos mundos, la realidad del interactivo y el mundo ficcional son mutuamente excluyentes, en la medida en que las dos realidades no pueden existir simultáneamente.

En el caso de una historia transmedia que utiliza las redes sociales, el interactivo no solamente está inmerso en un mundo ficcional, sino que elementos ficcionales también entran en su realidad cotidiana a través de las redes sociales. Esta interacción en las redes sociales entre el interactivo y los personajes de ficción rompe con la autonomía del mundo ficcional al presentarlo, no como un mundo separado, sino más bien como formando parte del mundo "real" del interactivo. De ese modo, la esterilidad heurística del concepto de inmersión se revela, al dificultarnos la distinción entre la inmersión del interactivo en otro mundo (es decir, reemplazando su realidad cotidiana por un mundo completamente diferente), y la introducción de elementos de un mundo ficcional dentro de su realidad cotidiana.

Narrativas transmedia tales como *Marble Hornets* son una buena ilustración de cómo algunos creadores desarrollan hoy otras modalidades de recepción que divergen de la modalidad de inmersión del interactivo en un mundo ficcional. La presencia en las redes sociales de personajes

tales como Jay de *Marble Hornets* incentiva una modalidad de recepción que describo como "inclusiva," en contraste con la modalidad "inmersiva" de recepción. Mientras que la modalidad de recepción inmersiva produce en el interactivo el sentimiento de ser transportado al interior de otra realidad (mientras que se mantiene aún consciente de su propia realidad), al zambullirlo en un mundo ficcional, la modalidad "inclusiva" de recepción hace posible la co-existencia de un mundo ficcional junto con la realidad cotidiana del interactivo. Aquí las redes sociales juegan el rol de una interfaz entre el mundo ficcional y la realidad del interactivo. En otras palabras, la interacción entre un personaje (el mundo ficcional) y el interactivo (el mundo real) tiene lugar en las redes sociales (la interfaz)²³. Las redes sociales deben, por lo tanto, ser consideradas en este caso como una interfaz que reconfigura no solamente las relaciones entre ficción y realidad, sino también el espacio en el cual estas relaciones se despliegan. A diferencia de la modalidad inmersiva de recepción, la modalidad inclusiva de recepción no reemplaza el espacio del interactivo con el del mundo ficcional. Los dos espacios co-existen simultáneamente y están parcialmente superpuestos a través de la intermediación de las redes sociales. Más que reducir la ficción a la periferia, a los márgenes de la realidad del interactivo, la inclusión, de ese modo, proyecta la ficción más allá del entorno tradicional de los mundos ficcionales.

Los intercambios entre la realidad y los mundos ficcionales se vuelven aún más fluidos cuando las tecnologías móviles (teléfonos celulares, *tablets*, etcétera.) entran en juego, habilitando a los personajes de ficción para que entren al mundo real de los interactivos, en cualquier momento y en cualquier lugar. En palabras del autor Goran Racic, quien creó el perfil de *Twitter* para Thomas Loud, el personaje principal de una de sus novelas, *Loud Evolution* (2013), "la idea general es tener una historia que se va desplegando en la vida real" (Larson, 2013).

En términos generales, entonces, se acepta actualmente que la tecnología móvil refuerza la autonomía personal en relación al espacio y al tiempo, al permitirnos desconectarnos comple-

tamente del lugar en el que nos encontramos, y comunicarnos a cualquier hora del día, sin permanecer en un único punto (Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu & Sey, 2007: 247). De modo análogo, el uso de las redes sociales por parte de personajes ficticiales, en conjunto con el uso de las tecnologías móviles, libera el universo ficcional de un espacio específico y de un tiempo determinado. La modalidad de recepción "inclusiva", por ende, no constriñe al interactivo a un lugar fijo durante un período de tiempo dado, ya sea este lugar una sala de cine, un televisor o la pantalla de un ordenador, o incluso, lo que Michael Bull llama una "burbuja acústica privatizada" que se crea al usar una *tablet* o al leer una novela o una novela gráfica (Bull, 2005: 344). La frontera entre el espacio-tiempo del interactivo y el mundo ficcional se vuelve borrosa e incluso, casi imposible de distinguir, de tal forma que el ir caminando por la calle en dirección al trabajo puede ser combinado con la interacción con un personaje ficcional. Inclusión debe ser entendida así como una actividad experiencial que se entremezcla con experiencias de nuestra vida cotidiana. Los elementos de un mundo ficcional del tipo de los de *Marble Hornets* se vuelven parte de la rutina diaria de los interactivos por medio de *tuits*. Por ejemplo, un interactivo puede estar en medio de la escritura de un *tuit* personal a un amigo y al mismo tiempo recibir un mensaje de un personaje ficcional, que se vuelve parte de la lista de *Twitter* de la persona, y tal vez lo incite a interactuar con el personaje una vez que su mensaje personal haya sido enviado. Nos encontramos ahora en "perpetuo contacto", ya no más con nuestra red personal solamente, sino también potencialmente con algunos mundos ficcionales (Aakhus & Katz, 2002).

Esta interacción lúdica con un personaje de ficción en las redes sociales, que se vuelve parte de la rutina diaria del interactivo, está en fuerte contraste con la modalidad de recepción "inmersiva" de la mayoría de los mundos ficcionales, en los que el interactivo necesita dedicar un período de tiempo muy preciso, para poder consumir un producto cultural, ya sea una novela, un libro de historietas, un film, un episodio de una serie televisiva o de internet, o un videojue-

go – incluso aunque cada vez más espectadores están consumiendo estos diversos medios de una manera "distráida" (Dawson, 2007; Berman & Kesterson-Townes, 2012; Hassoun, 2014).

El uso de las redes sociales por personajes de ficción también propicia una clase de intimidad y familiaridad con estos personajes, en la medida en que ellos imitan las interacciones sociales comunes o normales. El hecho de que las redes sociales ahora formen parte de nuestras vidas cotidianas probablemente estimula a los interactivos, como un modo de aumentar el disfrute, para que dejen que los personajes ficcionales entren en su vida cotidiana –el mundo real– a través de una discusión en línea. La impresión de distancia entre el mundo ficcional y la realidad cotidiana del interactivo es así considerablemente reducida a través de la creación y del desarrollo de relaciones entre el interactivo y los personajes de ficción en las redes sociales. Es casi como si el mundo ficcional fuese una parte del mundo "real" del interactivo – como si la acción del mundo ficcional se estuviera desplegando en un marco temporal que es compartido tanto por la realidad del interactivo como por el mundo ficcional de los personajes.

En última instancia, el fenómeno relativamente reciente de la incorporación de las redes sociales a las narrativas transmedia a través de la creación de cuentas "oficiales" para personajes ficcionales está introduciendo gradualmente un número considerable de cambios importantes en los modos en que interactuamos con mundos ficcionales. Por eso es importante no analizar las obras que contienen narrativas transmedia de forma aislada. Hoy ya no hablamos solamente de la serie fílmica *Iron Man* (2008-) o de la serie televisiva *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013-), sino también del Universo Cinematográfico de Marvel, una franquicia mediática cuyo mundo se expande al mismo tiempo en films, series televisivas, novelas gráficas, series de internet, y una cuenta de *Twitter*. De modo similar, focalizar exclusivamente en la serie de internet *Marble Hornets* dejaría fuera una parte de este mundo que también fue desarrollada a través de una cuenta de *Twitter*.

ter y en el foro del sitio *Something Awful*, que constituye también la base de la modalidad de recepción "inclusiva".

La modalidad de recepción "inclusiva" deja claro que otras vías, aquellas que fueron hechas posibles por la emergencia de los medios sociales, a diferencia de aquellas relacionadas con las de la inmersión narrativa clásica, están siendo actualmente exploradas por algunos creadores. Estas nuevas formas se están volviendo cada vez más populares y no están limitadas a las producciones independientes exclusivamente. Ellas ahora incluyen obras producidas por los principales estudios, señalando así la emergencia de una nueva tendencia. Esta tendencia puede intensificarse mediante la consolidación de lo que Scott W. Campbell y Yong Jin Park llaman "la sociedad de la comunicación personal" (2008). Esos autores plantean la hipótesis de que la sociedad está progresivamente gravitando hacia la comunicación interpersonal. Es, por lo tanto, posible imaginar la popularización de un modo de recepción "inclusiva" con respecto a las narrativas transmedia, en una sociedad en la cual los individuos, que están situados en el centro de procesos comunicacionales móviles, devienen verdaderos nodos autónomos, liberados de las fronteras de lugares específicos y capaces de comunicarse con cualquiera que esté en su red personal, inclusive con personajes de ficción.

Notas

1. Ver por ejemplo Coppa 2006; Booth 2008; Wood & Baughman 2012; McClellan 2013; Bore & Hickman 2013; and Lookadoo & Dickinson 2015.

2. Para una introducción al concepto de juego de realidad alternativa (también conocido como juego de realidad aumentada), ver Palmer & Petroski 2016.

3. De aquí en adelante, usaré término "interactor" como una palabra combinada formada por "interacción" y "actor," en lugar de los términos usuales "espectador" o "televidente", porque estos últimos no parecen adecuados para la presente discusión. Aún cuando el término "espectador" no se refiera a un más o menos pasivo "receptor" y le otorguemos total agentividad como la base de toda experiencia estéti-

ca, una de las ventajas del término "interactor" es que vuelve posible contextualizar, en su propia formulación, el fenómeno que intento observar.

4. Ver <https://www.facebook.com/superman>, y https://twitter.com/Iron_Man. Consultado el 16 Agosto de 2016.

5. Existen precursores de las redes sociales: para mencionar sólo un ejemplo, escritores/editores de historietas son conocidos por responder las preguntas de los lectores sobre acontecimientos no resueltos de la historia, en la columna de cartas de las historietas.

6. Nota del traductor: Se cuenta con una edición con subtítulos en castellano: https://www.youtube.com/watch?v=azhwzfWOYG-c&index=19&list=PLrPk7Hidm6Eo_NPkx0tKCoSEqT-n0raAOJ

7. Para un estudio exhaustivo del personaje el Hombre Delgado (the Slenderman), ver Chess & Newsom 2015.

8. Nota de traductor: en el ambiente de los foros de internet, también se usa el nombre en inglés, 'nickname' o 'nick'.

9. "Comedy Goldmine: Create Paranormal Images," Comentario en el foro Online, *Something Awful*, Junio 18, 2009, <http://forums.somethingawful.com/showthread.php?threadid=3150591&userid=129681>.

10. Posteo de Twitter, Junio 21, 2009, 9:48 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2274242683>.

11. Varios participantes, "totheark," Foro de discusión online *Marble Hornets*, <http://marblehornets.wikidot.com/totheark#toc3>, consultado el 16 de agosto del 2016.

12. Estas cifras y las cifras siguientes están fechadas a partir de agosto del 2016.

13. *Marble Hornets*, posteo de Twitter, Junio 21, 2009, 9:50 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2274272009>.

14. *Marble Hornets*, posteo de Twitter, Junio 22, 2009, 12:40 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2282682375>.

15. *Marble Hornets*, posteo de Twitter, Junio 22, 2009, 8:14 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2288502235>.

16. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Junio 23, 2009, 12:37 a.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2291310286>.
17. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Febrero 10, 2010, 2:12 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/8919140839>.
18. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Febrero 13, 2010, 8:51 a.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/9059882744>.
19. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Febrero 25, 2010, 2:19 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/9643792938>.
20. Para encontrar ejemplos de interpretaciones de la historia por parte de los interactores, ver los siguientes videos: KAYALL, "Slender Series Explained.... Sort Of: Marble Hornets", *YouTube* video, Agosto 16, 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=EN5VVZCPQPY>; and Night Mind, "Marble Hornets: Explained – Season One", video *YouTube*, 20 de julio, 2015, https://www.youtube.com/watch?v=D_sACgfX50g. Para encontrar
- ejemplos de las reacciones de los interactores a determinados videos, ver los siguientes videos: pie189, "WE WATCH MARBLE HORNETS - CAPS LOCK," *YouTube* video, 12 de enero, 2013, https://www.youtube.com/watch?v=Mm4GHKayc_0; y Aniril1, "Lets React: Marble Hornets! Part 1," video *YouTube*, 30 de julio, 2012, https://www.youtube.com/watch?v=44p8o5u_QBk.
21. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Enero 10, 2012, 3:49 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/156870266805420033>.
22. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Enero 10, 2012, 4:26 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/156879741029318656>.
23. Aunque la investigación ha demostrado que la identidad de una persona real y su identidad en línea no pueden ser exactamente la misma en función de su comportamiento, aquí estoy presuponiendo que la interacción se lleva a cabo sobre la base de la identidad real del interactor, y no sobre la base de una identidad ficcional que ellos o ellas han creado. Ver Turkle, 1995: 177-209.

Referencias Bibliográficas

- Aakhus, M. A. & Katz, J. E. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berman, S. J. & Kesterson-Townes, L. (2012). Connecting with the Digital Customer of the Future. *Strategy & Leadership*, 40 (6), 29-35.
- Booth, P. (2008). Rereading Fandom: MySpace Character Personas and Narrative Identification. *Critical Studies in Media Communication*, 25 (5), 514-536.
- Bore, I.-L. K. & Hickman, J. (2013). Studying Fan Activities on Twitter: Reflections on Methodological Issues Emerging From a Case Study on The West Wing Fandom. *First Monday*, 18 (9). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4268>.
- Bull, M. (2005). No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening. *Leisure Studies*, 24 (4), 343-355.
- Campbell, S. W. & Park, Y. J. (2008). Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society. *Sociology Compass*, 2 (2), 371-387.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Linchuan Qiu, J. & Sey, A. (2007). *Mobile Communication and Society*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Chess, S. & Newsom, E. (2015). *Folklore, Horror Stories, and the Slender Man: The Development of an Internet Mythology*. New York: Palgrave Macmillan.
- Coppa, F. (2006). Writing Bodies in Space: Media Fanfiction as Theatrical Performance. En Hellekson, K. & Busse, K. (eds), *Fanfiction Communities and the Age of the Internet* (pp. 225-244), Jefferson, North Carolina: McFarland & Company.

- Davenport, G., Agamanolis, S., Barry, B., Bradley, B. & Brooks K. (2000). Synergistic Storyscapes and Constructionist Cinematic Sharing. *IBM Systems Journal*, 39 (3-4), 456-469.
- Dawson, M. (2007). Little Players, Big Shows. Format, Narration, and Style on Television's New Smaller Screens. *Convergence*, 13 (3), 231-250.
- Ditton, T. & Lombard, M. (1997). At the Heart of It All: The Concept of Presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (2). <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/>
- Drucker, J. (2011). Humanities Approaches to Interface Theory. *Culture Machine*, 12, 1-20.
- Grau, O. (2003). *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Guéneau, C. (2006). Du spectateur à l'interacteur? *Médiamorphoses*, 18, 68-73.
- Hassoun, D. (2014). Tracing Attention: Toward an Analysis of Simultaneous Media Use. *Television & New Media*, 15 (4), 271-288.
- Herman, D. (2002). *Story Logic: Problems and Possibilities of Narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jeong, S.-H. (2013). *Cinematic Interfaces: Film Theory After New Media*. London and New York: Routledge.
- Larson, E. (2013). This is the Future of Book Making. Mashable July 3. <http://mashable.com/2013/07/03/book-marketing-loud-evolution/>.
- Lookadoo, K. L. & Dickinson, T. M. (2015). Who Killed @TheLauraPalmer? Twitter as a Performance Space for Twin Peaks Fan Fiction. En Slade, A. F., Narro, A. J. & Givens-Carroll, D. (eds), *Television, Social Media, and Fan Culture* (pp. 337-351), Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- McClellan, A. (2013). A Case of Identity: Role Playing, Social Media and BBC Sherlock. *The Journal of Fandom Studies* 1 (2), 139-157.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. New York: The Free Press.
- Ndalianis, A. (2012). *The Horror Sensorium: Media and the Senses*. Jefferson: McFarland & Company.
- Palmer, C. & Petroski, A. (2016). *Alternate Reality Games. Gamification for Performance*. Boca Raton: CRC Press.
- Ruppel, M. (2006). Many Houses, Many Leaves: Cross-Sited Media Productions and the Problems of Convergent Narrative Networks." Paper presented at Digital Humanities 2006 Conference, July 4-9 2006, Paris.
- Ryan, M.-L. (2004). "Introduction". En Ryan, M.-L. (ed.), *Narrative across Media: the Languages of Storytelling* (pp. 1-40). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Ryan, M.-L. (2001). *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication* 3, 586-606.
- Therrien, C. (2013). Immersion. En Wolf, M. J. P. & Perron, B. (eds), *The Routledge Com-*

- panion to Video Game Studies* (pp. 451-458), New York: Routledge.
- Turkle, S. (1995). *Life on Screen*. Cambridge: The MIT Press.
- Walker, J. (2004). Distributed Narrative: Telling Stories Across Networks. En Consalvo, M. & O'Riordan, K. (eds), *Internet Research Annual 2004* (pp. 91-103). Brighton, UK: Peter Lang.
- Wood, M. M. & Baughman, L. (2012). Glee Fandom and Twitter: Something New, or More of the Same Old Thing? *Communication Studies* 63 (3), 328-344.

Sobre el autor

Philippe Gauthier enseña cine y medios de comunicación en Queen's University, Canadá. Gauthier está trabajando actualmente en un libro sobre la poética de la narración transmedia en la edad de las redes sociales. Sus ensayos sobre cine, animación, televisión y cómic han sido publicados en varios libros y revistas como *Film History*, *International Journal of Comic Art*, y *Cinema & Cie*.

¿Como citar?

Gauthier, P. (2018). Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva. *Comunicación y Medios*, 27(37), 11-23. doi:10.5354/0719-1529.2018.46952