

Nuevas narrativas digitales, juegos de realidad alternativa y Unfiction: contando historias en línea

New digital narratives, alternate reality games and Unfiction: telling stories online

Juan Carlos Rojas

Investigador independiente

juanca720@hotmail.com

Fecha de recepción 13/09/2020

Fecha de aprobación 11/12/2020

Resumen:

En los últimos años han surgido innumerables proyectos y experiencias de narrativas digitales que se valen de las diferentes características de lo virtual para crear nuevas plataformas y formatos donde contar historias. En este artículo se hablará de la Unfiction, un nuevo fenómeno que combina la interacción que provee un videojuego, la inmersión de un juego de rol en vivo y el alcance del video digital. Esta combinación la vuelve un medio extremadamente rico, donde una gran variedad de proyectos comerciales e independientes pueden desarrollarse, y muchos ya han logrado enorme éxito utilizándolo. Para analizar estos proyectos se realizó un muestreo dirigido tomando en cuenta distintas variables, como popularidad o disponibilidad de información.

Uno de los puntos fundamentales que vuelven a la Unfiction tan interesante en épocas de aislamiento y pandemia es su capacidad de crear comunidades, pues son estas las que le dan vida al proyecto. Sin una red de públicos y jugadores interactuando constantemente, este género simplemente no

podría existir. Es en los foros en línea, salas de chat y secciones de comentarios donde realmente se construyen estas experiencias.

Palabras clave: *Narrativas digitales, Unfiction, realidad alternativa, estética, nuevos medios.*

Abstract:

In the last years there have been countless projects and experiences of digital narratives that use the different characteristics of the virtual to create new platforms and formats for storytelling. In this article we will talk about Unfiction, a new phenomenon that combines the interaction provided by a video game, the immersion of a live role-playing game and the reach of digital video. This combination makes it an extremely rich medium, where a wide variety of commercial and independent projects can be developed, and many have already achieved enormous success using it. In order to analyze these projects, a targeted sampling was carried out taking into account different variables, such as popularity or availability of information.

One of the fundamental points that make Unfiction so interesting in times of isolation and pandemic is its ability to create communities, since these are the ones that give life to the project. Without a network of audiences and players interacting constantly, this genre simply could not exist. It is in the online forums, chat rooms and comment sections where these experiences are really built.

Keywords: *Digital narratives, Unfiction, alternative reality, aesthetics, new media.*

Introducción

Desde los nuevos medios han surgido una gran variedad de productos comunicativos, como juegos, películas, podcasts, páginas web, que aprovechan al máximo las posibilidades que brinda internet, como la interacción de la audiencia, lo multimedia, o la rapidez con la que se puede producir y compartir contenido.

Para definir qué son los nuevos medios utilizamos a Manovich (2001), quien en su texto define una serie de características en contraste con términos más tradicionales como interactividad o hipermedialidad. Estas son representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad y transcodificación, y se refieren a la íntima conexión entre los productos digitales y el funcionamiento del software (Manovich, 2001).

Pero las primeras experiencias que lograron ser verdaderamente transmediáticas, es decir, que su narrativa sea contada a través de varios medios distintos, fueron los juegos de realidad alternativa.

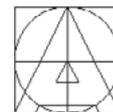
Si no leyeras este libro, igual existiría. Sin embargo, un juego solo existe cuando es jugado. Esto es especialmente cierto para los juegos de realidad alternativa (ARGs) porque son creados cooperativamente con los jugadores con cada movimiento que es realizado. Los jugadores aumentan su autonomía mientras empujan las barreras creadas por los titiriteros, y se envuelven profundamente en la red del juego (García y Niemeyer, 2017).

Pero ARG es un término insuficiente para describir la amplia gama de proyectos que han surgido a través de esta idea. NightMind, en su video *What is Unfiction* (2020), analiza su historia, mostrando una serie de características comunes y algunas veces contradictorias que componen lo que vendría

a llamarse Unfiction. ¿Por qué contradictorias? No todos los trabajos de Unfiction las utilizan completamente, y algunas veces es difícil identificar hacia dónde va una narrativa mientras se está desarrollando (NightMind, 2020).

De manera no exhaustiva, estas características son:

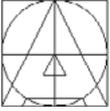
- La participación activa de la audiencia
- Un guion abierto que se desarrolla en conjunto con las acciones de los jugadores
- La combinación de varios medios, tanto digitales como análogos
- Un misterio o una narrativa críptica diseñada para ser descifrada
- El contacto directo entre personaje y audiencia
- El uso de Geocaching o cacería de tesoros a través de GPS



Marco Teórico: ¿Qué es la Unfiction?

Inicialmente se conocía a este género como ficción caótica. Sean Stacy, el creador del foro más grande de discusión de juegos de realidad alternativa, Unfiction.com, acuñó este término para describir estas nuevas narrativas. Para él la característica fundamental de este tipo de ficción es el guion abierto que va cambiando de acuerdo al accionar de la audiencia, por esto es “caótica”. Los autores no tendrían control de su dirección, sino que se adaptarían a las diferentes reacciones de la audiencia.

Para Kim, Lee, Thomas y Dombrowski (2009) y Mcgonigal (2006), la característica fundamental de los juegos de realidad alternativa es la figura del titiritero (Puppetmaster) como un vínculo entre la



narrativa y la audiencia, una relación que se forma para entender el funcionamiento y desarrollo de la historia de la misma manera que un Amo del Calabozo (Dungeon Master) o un Maestro del Juego (Game Master), la guían en Calabozos y Dragones, u otros juegos de rol (Kim et al., 2009) (Mcgonigal, 2006).

Ambos estudios tienen problemas al momento de intentar analizar todo el género de Unfiction. La primera definición falla, como indica NightMind, en que no todos estos proyectos son abiertos y desorganizados. Muchos de los más famosos, como Marble Hornets o This House has People in it, no dependían del accionar de la audiencia. Tenían narrativas bien definidas en las que la jugabilidad y la interactividad eran algo secundario.

Aquí es necesario hacer una distinción. Hay dos grandes tipos de Unfiction: una creada por empresas o productoras con la intención de promocionar una propiedad nueva o existente; otra, creada por productoras relativamente pequeñas, amateurs o independientes, donde el énfasis se ubica en la narrativa creada y no en otro producto comunicativo más grande.

La figura del titiritero ya no tiene la misma importancia mientras se ha ido desarrollando este género. Es un rezago de proyectos con propósitos promocionales, como los ARG de La Bruja de Blair, I.A. Inteligencia Artificial o Cloverfield. En estos, la narrativa se desarrolla a través de una serie de acertijos de distinto tipo, y se va haciendo pública más y más información según los jugadores los resuelven hasta llegar a un gran desenlace.

Los nuevos experimentos han tomado al titiritero y lo han convertido en un personaje, dentro de la na-

rrativa, que deja mensajes crípticos a la audiencia destinados a conectarlos con la historia, permitiéndoles entregar información crítica al protagonista, quien muchas veces es inconsciente de las cosas que suceden a su alrededor. Por ejemplo: Marble Hornets utiliza a ToTheArk y Everyman Hybrid a Habit. Siendo estos los primeros grandes proyectos de creadores independientes, es natural ver cómo han influenciado al resto del género.

Para hacer esto, los diseñadores de juegos crean pistas y elementos para luego repartirlos a través de todo el espacio de información de los jugadores. Estas pistas y problemas permiten a los jugadores participar en la construcción de la historia y los motiva a jugar el juego. El espacio de información de los jugadores incluye sitios web visitados regularmente, mensajería instantánea, email, locaciones físicas y recursos noticiosos. Un diseñador describe a este proceso como la creación de un sitio arqueológico para que los jugadores lo exploren; en lugar de crear piezas de cerámica, hueso y tela, esconden piezas de contenido que los jugadores deben armar en una historia coherente y resolver los problemas que la historia mismo presenta (Kim et al., 2009).

Kim, et al. (2009) le dan mucha más importancia a la participación de la audiencia, pues este era el estándar en el caso de los proyectos promocionales, pero confunden la necesidad de los productos promocionales de crear una audiencia comprometida con que la audiencia inflencie de manera significativa en el desarrollo de la narrativa.

Hook (2017) describe en mayor detalle las características comunes de los ARGs.

Los ARGs muchas veces presentan una narrativa extensa pero coherente, entregada a través de múltiples plataformas, acciones e interacciones, donde el jugador muchas veces debe resolver acertijos para progresar la narrativa. Estas experiencias utilizan canales mediáticos ordinarios

y se desarrollan en lugares donde trabajamos y vivimos. Son un producto de la convergencia de medios, donde las narrativas son presentadas en diferentes plataformas, creando una cultura de participación y comunidades de inteligencia colectiva. (Hook, 2017)

Entonces podemos encontrar una serie de elementos narrativos utilizados por los ARGs para atraer a los jugadores y empujarlos a interactuar con la historia: un agujero de conejo a través del cual se accede al espacio donde se desarrolla el juego. Dentro de dicho espacio hay diferentes medios que llevan información a los jugadores y les permiten responder interactuando con los personajes o los titiriteros. Finalmente, una serie de acertijos que deben ser resueltos.

Llevemos esto a un ejemplo concreto: en los carteles para la película I.A. Inteligencia Artificial, aparecía el nombre de Jeanine Salla como Terapeuta de Máquinas Inteligentes. Este es el agujero a través del que los jugadores podían ingresar. Al excavar un poco más en los diferentes productos promocionales del film encontrarían diferentes espacios de información donde están albergadas pistas para desenredar la trama. Se crearon más de 40 páginas web dedicadas a The Beast, el nombre que los fans le dieron al ARG, además de trailers, posters, mensajes telefónicos y eventos en vivo (Microsoft, 2001).

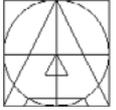
Pero Hook (2017) comete un error en su evaluación de los ARGs. Sobrestima el papel de la audiencia en la autoría colaborativa, especialmente porque los proyectos analizados en su artículo son en su gran mayoría del tipo promocional. Sin duda se crean comunidades en espacios digitales que analizan y discuten a fondo estos juegos, pero esto es difícilmente una característica única del género. Incluso series cuya intención no es crear misterio, como Survivor, tiene una ferviente base de fans que realiza un trabajo investigativo profundo.

Además, no se puede decir que proyectos como el del equipo de Spielberg o La Bruja de Blair tengan un guion abierto que puede cambiar dependiendo de la audiencia. Son experiencias, en muchos casos, lineales y cerradas, que tienen un final predefinido, especialmente porque su intención es promocionar sus respectivas películas.

Una entrevista con el equipo productor de Everyman Hybrid, uno de los proyectos de Unfiction más longevos (10 años), revela la naturaleza del trabajo en ARGs. De manera similar a The Beast, I Love Bees y La Bruja de Blair, Everyman Hybrid utilizó extensamente el Geocaching, la interacción directa con los fans y su inclusión en la narrativa. Pero esto no quería decir que dichos fans tuvieran una voz autora fuerte en su desarrollo. Al contrario, el guion estuvo planteado más o menos desde el inicio de la serie, y lo único que cambió fueron pequeñas partes que no se revelaron porque fallaron en algún acertijo, o cambios debido a la naturaleza de los desafíos (Caffarello et al., 2010).

La realidad es que es muy difícil crear una narrativa que evolucione en conjunto con la audiencia. Pocos proyectos se atreven a jugar con la autoría colaborativa, como ECKVA, el sucesor a Marble Hornets, o Post-Content, una serie web de horror psicológico.

Aquí es importante reiterar por qué los términos ficción caótica y juegos de realidad alternativa (ARG) resultan insuficientes. Frente a esta enorme variedad de proyectos que tienen una estética y unos instrumentos narrativos similares, es difícil hablar de todos como juegos abiertos, caóticos o colaborativos. La característica fundamental que los une es la difuminación entre los límites de lo que es real y ficción, pero de una manera diegética.





¿Qué quiero decir con esto? Una de las frases clave que viene a la mente al hablar de estos proyectos es “Esto no es un juego”, a la que debería hacerse una pequeña modificación para que englobe todo lo que es lo Unfiction: “Esto (no) es un juego” o “Esto (no) es real”. Es ese el contrato social más importante en este género. Los jugadores no deben romper la ilusión de que los sucesos en la narrativa son ficticios, aunque obviamente lo sean. Por eso es diegético, porque los jugadores se vuelven personajes en la historia.

Todos los proyectos de los que hemos hablado utilizan ampliamente esta idea. Si al momento de hablar por teléfono con el personaje ficticio de Jeanine Salla en *The Beast* uno rompe la ilusión y pregunta directamente por el juego, este deja de existir. Si al momento de ayudar a Jay, de *Marble Hornets*, a descifrar los videos de *ToTheArk*, uno le twittea preguntando por su canal de la vida real *TroyhasaCamera*, la experiencia se despedaza. Si uno se aproxima al canal de *PostContent* y le explica cómo los monstruos que aparecen en la serie son una analogía del horror de la ansiedad y la depresión, uno estaría voluntariamente arruinando el juego, para sí mismo y para el resto.

El teórico de los medios, Stephen Johnson, por ejemplo, comenta que los juegos de video son “solamente un montón de algoritmos detrás de la cortina”. Aquí la cortina se refiere a la interfaz que separa la programación invisible de los jugadores. En cuanto al mundo real, los juegos basados en misiones, sin embargo, no son solo algoritmos detrás de la cortina, son un equipo de diseñadores. Y lo que los mantiene invisibles no es una interfaz estable, sino la práctica activa: la práctica de los titiriteros de contener la información y rehusarse a interactuar directamente con los jugadores durante el juego (Mcgonigal, 2006).

Galloway (2013) muestra cómo las interfaces no son únicamente las superficies físicas o los mecanismos lógicos a través de los que el usuario interactúa con un software, sino el punto de acceso de la audiencia con un medio:

A McLuhan le gustaba articular sus afirmaciones en términos de la historia de los medios: un nuevo medio es inventado, y como tal es su rol ser contenedor de un previo formato mediático. De esta manera, el cine es inventado al final del siglo XIX como un contenedor de la fotografía, la música y varios formatos teatrales como vaudeville. (...) Esta definición está bien establecida hoy en día, y es un muy pequeño salto desde ahí hasta la idea de interfaz, porque la interfaz se vuelve un punto de transición entre capas mediáticas en cualquier sistema anidado (Galloway, 2013).

Entonces al contrario de lo que propone Mcgonigal, la Unfiction no carece de una interfaz, sino que esta se presenta en los diferentes espacios de información que le permite a la audiencia interactuar con la narrativa. Por ejemplo, *Marble Hornets* tenía dos canales de YouTube y dos cuentas de Twitter, organizadas de manera que la mayor parte de información provenía de los videos y la interacción con la audiencia se realizaba con tweets y respuestas (DeLage y Wagner, 2009).

Finalmente, Alexander (2013) describe las cuatro características que considera fundamentales para los ARGs. Dos de ellas ya hemos cubierto: el poderoso sentido de comunidad y la construcción de un guion previo al lanzamiento del juego. Las otras dos son:

Hay poder en la invisibilidad creativa. Esconder un equipo de producción como titiriteros, actuando únicamente detrás de escena, removiéndolos de la discusión como parte de la historia. (...) Los ARGs les enseñan a los escritores el arte de la falta de control. Los jugadores de ARGs exploran

energéticamente las dimensiones del juego y no siempre en maneras previstas. Pistas pueden no ser encontradas, y en ese caso, hay la necesidad de reiterarlas o compensar su falta. Las audiencias pueden tomar una narrativa más rápido de lo que los creadores plantean. El contenido generado por usuarios puede asombrar o espantar. Los ARGs les enseñan a los diseñadores cuándo sostener las cuerdas del juego como titiriteros y cuándo dejarlas ir (Galloway, 2013).

Una vez más, vemos cómo el análisis académico del género de la Unfiction se basa en la dimensión promocional. La invisibilidad, si bien es parte de su estética, no es una característica fundamental de la gran mayoría de proyectos de producción independiente.

Volviendo a la entrevista con el equipo de Everyman Hybrid, podemos ver cómo la falta de control no es necesariamente un problema u oportunidad tan grande como presenta Alexander. La comprensión completa de la historia usualmente no recae con tanta fuerza en piezas específicas del rompecabezas. Además, las producciones comerciales tienen una mayor responsabilidad de crear una historia completamente coherente que pueda llevar al gran desenlace.

Metodología

Para el estudio de la Unfiction se tomarán sus principales exponentes para buscar una estética y estructura común que nos permita definir con claridad los límites y oportunidades de este nuevo medio. Una aproximación teórica resulta difícil por la escasísima literatura sobre el tema.

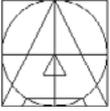
Por ende, se han seleccionado proyectos de Unfiction a través de un muestreo dirigido en donde se han tomado en cuenta las siguientes variables: popularidad, actualidad, cánones tales como Slenderverse, ARGs comerciales, eficacia en el cumplimiento de metas comunicativas, disponibilidad de información.

Discusión: una estética común: pastiche y metajuego

La Bruja de Blair es una de las principales inspiraciones de todo el género, no solamente porque Hollywood lo tomó como modelo para los proyectos promocionales posteriores, sino porque muchas de las estrategias narrativas luego son repetidas en otros proyectos, tanto comerciales como independientes. De él toman inspiración Marble Hornets, Everyman Hybrid, Tribe Twelve, Post-Content y I am Sophie, los que utilizan el género de terror, un misterio de desaparición, monstruos, geocaching y found footage.

Proyectos como I Love Bees, This House has People in It, The Beast o Unedited Footage of a Bear toman más inspiración de juegos de rol y videojuegos, donde se pone mucho más peso en la accesibilidad del contenido para usuarios únicos, la solución de acertijos a través de la comunidad, ocultar el juego





detrás de un sitio web o proyecto más grande, y la utilización de titiriteros que no se presentan como personajes frente a la audiencia.

Otra fuente de inspiración es el libro *House of Leaves*, de Mark Danielewski, publicado en marzo de 2000. Cuenta la historia de un ensayo de un documental inexistente y de una casa infinita. *Everyman Hybrid* hace amplias referencias a este texto, incluso utilizando el libro físico como utilería. *Marble Hornets* y *I am Sophie* utilizan la idea de la casa infinita, embrujada y en expansión.

En la siguiente sección se analizarán diferentes casos de estudio tomando en cuenta las reflexiones teóricas anteriores, buscando la estética y estructura común que tienen los proyectos de Unfiction:

La figura del monstruo

El monstruo es una parte esencial de los proyectos de Unfiction. El primero y más icónico es *Slenderman*, nacido del foro de *Something Awful* como un creepy pasta (historia corta de terror). *Marble Hornets* sería el proyecto pionero de lo que se llamaría luego el *Slenderverse*, un grupo de series creadas por diferentes equipos que tienen una estética y narrativas similares, como *Everyman Hybrid*, *Tribe Twelve*, *MLAndreson* y *DarkHarvest00*.

La temática que prima en la Unfiction, especialmente en los proyectos antes citados, es la de *Always Watching* o *There is Nothing Scarier*. Estas definiciones se refieren a la aparición críptica, pasiva y algunas veces oculta de los monstruos. No es un terror directo, como el de muchas películas: es momento secundario que la audiencia debe analizar cuidadosamente para notar la presencia de lo paranormal.

Puede ser una silueta, una sombra o una figura en el bosque, como en *Marble Hornets*; acciones extrañas y aparente amnesia de los protagonistas, como en *Everyman Hybrid*; los pantallazos intercalados entre escenas visibles solo al ir sobre el video cuadro por cuadro de *I am Sophie*, que también es utilizado por *Unedited Footage of a Bear* y *This House has People in it*. El monstruo es un personaje siempre presente, pero a la vez invisible.

Unedited Footage of a Bear, *This House has People in it* y *I am Sophie* utilizan a estos monstruos de la manera menos innovadora de entre los proyectos independientes, solo para remarcar la naturaleza paranormal y terrorífica de los sucesos de la narrativa. Cabe recalcar que *I am Sophie* regresa a las raíces del terror convencional hollywoodense, donde el monstruo es la manifestación de los pecados de la protagonista, recordando a la Bruja de Blair por su iconografía pagana.

Marble Hornets, *Everyman Hybrid* y el resto del *Slenderverse* caen en el pastiche, utilizando a *Slenderman* como una figura recurrente a través de todos los proyectos. Temáticamente, este monstruo representa el horror del mismo accionar humano. En estas series el monstruo no es el antagonista, sino los propios seres humanos llevados al borde de la locura. El horror aquí se acerca más a *H.P. Lovecraft*, donde es el mero conocimiento de algo sobrenatural lo que desata la trama.

Post-Content trabaja su lado paranormal de manera más interesante. Juega con lo meta narrativo, es decir, es consciente de sus propias inspiraciones y hace explícito este conocimiento a la audiencia, explicando desde un principio cómo funcionan los monstruos y haciendo referencia implícita a su origen. Aquí el horror es psicológico: la lucha del pro-

tagonista contra los demonios de su salud mental, la ansiedad, la depresión, el síndrome de impostor.

El protagonista como narrador poco confiable

Mientras que en los proyectos comerciales el titiritero es el que controla completamente la trama detrás de la cortina, al evolucionar el género este papel extradiegético se ha separado en dos y se ha convertido en parte esencial de la trama, a manera de personajes. Uno es el protagonista y otro es el proxy. Aquí nos enfocaremos en el primero.

En estos proyectos ya no tiene sentido que el protagonista sea omnisciente e infalible; que él necesite de la ayuda de la audiencia se vuelve un punto fundamental en el desarrollo de la narrativa. Jay, de Marble Hornets, es uno de los ejemplos más claros. A lo largo de la historia toma un sinnúmero de malas decisiones, pasa por alto pistas obvias y está en constante contacto con la audiencia para preguntarles cómo aproximarse a diferentes situaciones.

En Everyman Hybrid, los protagonistas Vinnie, Evan y Jeff juegan un doble papel, como protagonistas ilusos e incapaces y como titiriteros. Dentro de la narrativa están atrapados en un ciclo sin fin en el que están destinados a repetir sus vidas una y otra vez. Esto los pone en contra de los monstruos, pero también uno contra el otro. Post-Content también sigue una estructura similar, con la excepción de que aquí el misterio a desentrañar es la realidad de lo que está viviendo el protagonista, más allá de lo paranormal.

Unedited Footage of a Bear y This House has People in it, funcionan de manera mucho más similar a los antiguos ARGs, pero en lugar de liberar información poco a poco, todo lo que se necesita para vivir

esta experiencia se encuentra a disposición de los jugadores. En este sentido, ni la figura del protagonista ni la del titiritero están presentes en estos proyectos.



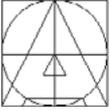
Enfermedad causada por contacto con lo paranormal

La enfermedad, doctores, recetas, diagnósticos y psicólogos, son una temática recurrente y un recurso narrativo utilizado especialmente en los proyectos de Slenderverse. En Marble Hornets la proximidad a Slenderman causa tos severa, amnesia y desmayos; una medicina especial es un recurso dramático que aparece a lo largo de todo el segundo y tercer arco. En Everyman Hybrid la figura del doctor es un personaje central en la trama, que explora con mayor detalle el trasfondo de los protagonistas.

This House has People in it también utiliza la idea de la enfermedad, pero más desde una perspectiva de experimentación y control gubernamental.

La inserción de la audiencia dentro de la narrativa

Esta característica es esencial como parte de la jugabilidad, tanto de los que pueden llamarse ARGs tradicionales como de los proyectos de Unfiction en general. Pero en esta parte es necesario enfocarse en su uso como recurso narrativo y no solamente como mecánica. Marble Hornets es el pionero en involucrar a la audiencia en los sucesos paranormales desde el uso del horror de Lovecraft: el mismo conocimiento de Slenderman lo atrae a sus víctimas. Everyman Hybrid profundiza muchísimo más en esta idea. Aquí la audiencia toma un papel protagónico. Varios fans, incluso, llegan a aparecer como invitados en los videos y juegan un rol en la narración, muchas veces como víctimas, pero tam-



bién entregándole a los protagonistas información esencial.

La frase que más resuena en estos dos proyectos es la de “por favor, dejen de mirarnos”, haciendo referencia a cómo, al asumir que los sucesos son reales, la audiencia también estaría en peligro de verse involucrada en el horror. Todo esto ocurre de manera diegética, por supuesto: fuera de la ficción no hay ningún peligro.

Esto es ejemplificado perfectamente por Habit, el antagonista de *Everyman Hybrid*, quien genera siete desafíos para la audiencia. Uno de ellos consistía en crear una protesta en contra de una figura pública en la ciudad donde viven cada uno de los participantes. Para evitar posibles repercusiones, actos vandálicos o que personas se metieran en problemas, Habit tuvo que recordarles que deben pedir permiso oficial y mantener la actividad absolutamente pacífica. Esto tuvo consecuencias para la narrativa. ¿Por qué este personaje sanguinario estaría interesado en mantener la paz? Fuera de la historia tiene sentido, pero al equipo le resultó casi imposible reconciliar realidad y ficción: la ilusión se había roto.

En Post-Content, el papel de la audiencia es distinto. Aquí los roles se intercambian, y es el protagonista el que conoce íntimamente el funcionamiento de los monstruos y situaciones paranormales en las que se encuentra, tratándolas con aterradora naturalidad. Los fans aquí deben tomar las acciones necesarias para entender mejor la historia y avanzar la trama por cuenta propia, sin que un personaje haga de intermediario.

I am Sophie tiene inicialmente una aproximación distinta a la audiencia, siguiendo los pasos de La

Bruja de Blair de intentar engañar empezando con una temática completamente distinta para ir revelando poco a poco los aspectos paranormales. Tuvo mucho éxito utilizando una estética de lujo, riqueza y moda, a manera de parodia de los grandes youtubers, como los hermanos Paul. Incluso llamó la atención de otros creadores de contenido similares, aspirando a cubrir y responder a los videos de esta supuesta nueva estrella.

Esta estrategia sirvió quizá demasiado bien, pues al irse desarrollando la trama encontraron problemas para que su público se interesara por los aspectos paranormales. Cuando la serie empieza a entrar de lleno a estos, los números de visualizaciones y suscriptores caen drásticamente.

Programación, servidores, páginas web y la estética hacker

La naturaleza digital del género de Unfiction provoca que muchos de los desafíos y acertijos involucren análisis del funcionamiento de diferentes medios digitales. Es decir, se esconden mensajes, acertijos y respuestas en los metadatos de páginas web, en picos de audio de un video, repositorios, direcciones URL, descripciones y un largo etcétera.

Esta elección estética es quizá una evolución de la temática médica que se observa en los primeros proyectos de *Slendervise*. Si bien los ARGs originales utilizaban muchas de estas herramientas, no era parte de su estética de la misma manera que en proyectos posteriores. Por ejemplo, *This House has People in it* utiliza la cámara de seguridad como parte fundamental del argumento.

Aquí los jugadores toman el papel de hackers, intentando acceder a un programa de vigilancia gubernamental.

mental de una familia que sufre una gran variedad de fenómenos paranormales. En la siguiente imagen podemos ver los registros de una de las bases de datos que recoge los videos de las cámaras de la casa.

De la misma manera ECKVA, la secuela de Marble Hornets, reemplaza la estética de lo médico por lo digital. Aquí el protagonista investiga misteriosas transmisiones en una casa abandonada en medio del bosque, y esto a su vez lo lleva a www.eckva.net, un repositorio que contiene información sobre la transmisión, una variedad de puzzles y referencia a un programa llamado ArkListener (Wagner, 2016). Los acertijos en *I am Sophie* giran alrededor del análisis, cuadro por cuadro, de los videos subidos a su canal, lo que revela la narrativa subyacente y al monstruo principal de la serie. Profundiza en esta idea haciendo que el segundo protagonista, Ben, el editor de videos de Sophie, analice los video blogs de la antagonista, Lara.

El found footage y la cámara de video como artefacto narrativo

La Bruja de Blair popularizó esta temática como una parte central de los sucesos en la historia, haciendo pasar “videos encontrados” (found footage) como si fueran reales. Marble Hornets luego retomaría esto para todo su primer arco, en el que las cintas olvidadas del corto de Alex Kralie, el antagonista, son las que desencadenan la trama. La cámara cumple un papel esencial en la historia, donde los personajes la utilizan para mantener sus recuerdos después de un contacto con lo paranormal, pues causa amnesia.

En todos los proyectos de Slenderverse las fallas, intermitencia y artefactos gráficos señalan la presencia de los monstruos, es algo utilizado como una herramienta narrativa para mostrarle a la audiencia

la presencia de lo paranormal sin que los personajes dentro de la historia sean alertados.

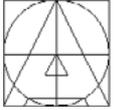
En *I am Sophie*, la introducción de clips de tan solo unos cuadros de duración dentro de los videos normales son las primeras pistas de que se trata de un ARG y no un canal de YouTube normal. Post-Content una vez más rompe la cuarta barrera, haciendo referencia a cómo otros proyectos de Unfiction utilizan el video para documentar a los monstruos y lo paranormal, a manera de una serie de tutoriales.

El titiritero insertado en la narrativa como personaje

Una evolución crucial entre los antiguos ARGs y las nuevas series que están surgiendo es la aparición del titiritero como un personaje en la serie. Marble Hornets, *Everyman Hybrid*, *I am Sophie* utilizan ampliamente esta idea, donde un tercero maneja las cuerdas de la trama mientras los personajes experimentan las consecuencias junto con la audiencia.

El pastiche se presenta a manera de la repetición constante de una figura con las mismas características a lo largo de todo el género, un personaje que tiene mucho mayor conocimiento que el resto del elenco, y la audiencia crea videos, textos, páginas web y otros productos que contienen un mensaje críptico que ayuda a avanzar la trama. Incluso mucha de la estética es similar: el uso de blanco y negro, la utilización de metrajes de películas antiguas, efectos de distorsión y artefactos gráficos.

This House has People in it y *Post-Content* también utilizan esta figura, pero con mucho menos peso narrativo. Aquí el titiritero toma la forma de un personaje secundario con conocimiento e información, pero solo apareciendo en momentos muy específicos de la trama.





Conclusiones

El género de la Unfiction está compuesto por una amplia gama de proyectos con un sinnúmero de características distintivas, pero que comparten una estética, unos medios y unas herramientas similares. Tienen una enorme capacidad de atraer a una audiencia comprometida y les incentiva a crear comunidades para resolver acertijos y desentrañar misterios que requieren de esfuerzo coordinado.

Empezó como una serie de eventos promocionales atados a grandes producciones de diferentes industrias, pero sobre todo del cine y los videojuegos. En la última década los proyectos independientes han ganado reconocimiento y una base de fans ferviente, hambrienta por encontrar y resolver el próximo.

Sin embargo, como sucede con todos los medios e industrias de entretenimiento, no son infalibles. Temáticas comunes y el pastiche abunda, especialmente en las primeras series que siguen los pasos de Marble Hornets y La Bruja de Blair. Proyectos más ambiciosos, como Post-Content, I am Sophie, ECKVA y This House has People in it, buscan cambiar el panorama innovando tecnológica, estética y narrativamente. Aunque todavía conservan muchos de los genes originales de las producciones previas.

La metatextualidad parece ser el camino hacia delante; el conocimiento íntimo de las temáticas del género y un esfuerzo por evitarlas y hacer referencia a ellas siendo consciente de los trabajos previos, parece ser una manera muy efectiva de producir estas series, especialmente con el éxito de I am Sophie y Post-Content.

Los proyectos promocionales tampoco han disminuido, pero no han tenido la misma importancia

que en un comienzo. Muchos videojuegos y películas incluyen pequeños ARGs destinados a darle al público un vistazo de los diferentes mundos narrativos que trabajan. Nombrando unos pocos, tenemos:

Nombre	Propiedad	Año	Medio
Afterbirth	The Binding of Isaac	2015	Videojuego
Sombra	Overwatch	2016	Videojuego
DEMA	Trench	2018	Música
Frog Fractions 2	Frog Fractions	2014	Videojuego
Whyaretheyhere	The Arrival	2017	Película

La gran mayoría de estos son pequeños: tan solo unos cuantos acertijos y rompecabezas que llevan a más información sobre las distintas propiedades. No tienen grandes arcos narrativos y misterios. Funcionan más como cortos promocionales.

Esto no quiere decir que no existan más proyectos de Unfiction. Si bien los más grandes están por sobre los 100.000 seguidores en YouTube y una audiencia similar en Twitter, Instagram y una base de fans en diversos foros, los proyectos pequeños tienen audiencia desde 1.000 a 15.000 seguidores en diferentes plataformas. Es difícil encontrar o ser parte de todos, especialmente porque muchos manejan la estética del hoax o de la invisibilidad, como La Bruja de Blair o The Beast.

Las posibilidades de la Unfiction como género para narrativas digitales son amplias. Cómo producirlos, diseñarlos y lanzarlos todavía no ha sido explorado y explotado al máximo. En esta época, donde el engagement (entendido como el compromiso profundo entre la audiencia y el medio), la participación de la audiencia y la creación de comunidades son las métricas más buscadas en todo tipo de proyectos digitales, esta provee las herramientas necesarias para maximizar el potencial de todo tipo de narrativas, ya sea con propósitos promocionales o puramente artísticos.

Bibliografía

- Alexander, B. (2011). *The New Digital Storytelling*. Praeger.
- Bungie. (2004). *I Love Bees*.
- Caffarello, V., Koval, J. y Jennings, E. (2010). *EverymanHYBRID*. <https://www.youtube.com/user/EverymanHYBRID>
- DeLage, J. y Wagner, T. (2009). *Marble Hornets*. <https://www.youtube.com/user/MarbleHornets/>
- Foxe, K. (1999). *Proyecto La Bruja de Blair*.
- Galloway, A. (2013). The Unworkable Interface. En N. Mirzoeff (Ed.) *The Visual Culture Reader* (pp. 619-636). Routledge.
- Garcia, A. y Niemeyer, G. (2017). *Alternate Reality Games and the Cusp of Digital Gameplay*. Bloomsbury.
- Hook, A. (2017). This Game did not Take Place - This is not a Game and Blurring the Lines of Fiction. En A. Garcia y G. Niemeyer (Ed.) *Alternate Reality Games and the Cusp of Digital Gameplay* (pp. 56-76). Bloomsbury.
- I am Sophie. (2020). [//www.youtube.com/channel/UC_luiBQ-9hfg3xBv8hYx9Ow](https://www.youtube.com/channel/UC_luiBQ-9hfg3xBv8hYx9Ow)
- Kim, J., Dombrowski, C., Lee, E. y Thomas, T. (2009). *Storytelling in new media: The case of alternate reality games, 2001-2009*. First Monday.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Massachusetts Institute of Technology.
- Mcgonigal, J. (2006). *The Puppet Master Problem: Design for Real-World, Mission Based Gaming*. Second Person.
- Microsoft. (2001). *The Beast*.
- NightMind. (2020). What is Unfiction? | ARGs & the History of Online Storytelling. https://www.youtube.com/watch?v=ftCKeWJordI&ab_channel=NightMind
- O'Brien, B. y Resnick, A. (2014). *Unedited Footage of a Bear*. https://www.youtube.com/watch?v=2gMj-JNGg9Z8&ab_channel=AdultSwim
- Post-Content. (2019). <https://www.youtube.com/channel/UCH0VeQ9x2cUI4FDUT8xhaKw>
- Resnick, A. (2016). *This House has People in it*. https://www.youtube.com/watch?v=x-pj8Ot-yO2I&ab_channel=AdultSwim
- Rosner, A. (2010). *TribeTwelve*. <https://www.youtube.com/user/TribeTwelve>
- Wagner, T. (2016). *ECKVA*. <https://www.youtube.com/channel/UCjkdBwVhMa6VSjlGnlmmvYw>
- Whitton, N. (2008). *Alternate reality games for developing student autonomy and peer learning*. Manchester Metropolitan University.
- Zackariasson, P. y Wilson, T. (2010). *Alternative Reality Games Explorations*. EURAM.

