

ELIGE TU PROPIA AVENTURA: AUDIENCIAS INMERSIVAS. BLACK MIRROR: BANDERSNATCH

MARTA LOPERA-MÁRMOL
IVÁN PINTOR IRANZO
MANEL JIMÉNEZ-MORALES

DE BORGES A NETFLIX: NARRATIVAS RECICLADAS

El género interactivo y el formato de «elige tu propia aventura» fue incorporado por vez primera por la novela de Edward Packard *La isla de la caña de azúcar* (Sugarcane Island, 1976) y basado en modelos que, desde un punto de vista conceptual, habían ya sido introducidos en la literatura por Jorge Luis Borges en *El jardín de los senderos que se bifurcan* (1942) y por Italo Calvino en *El castillo de los destinos cruzados* (Il Castello dei destini incrociati, 1973) e incluso *Si una noche de invierno un viajero* (Se una notte d'inverno un viaggiatore, 1979). En 1992, Interfilm produjo cuatro películas interactivas como consecuencia de la firma de un acuerdo con Sony que permitía a la audiencia elegir escenas alternativas a través de un control remoto instalado en las butacas de los cines, pero fueron un fracaso por diferentes razones; la crítica cinematográfica y la audiencia rechazó el géne-

ro, había un cambio generalizado hacia las formas de consumo domésticas y no hubo suficiente inversión en campañas de *marketing* (Elnahla,). Por lo tanto, «el llamado “primer estudio interactivo” de Interfilm dejó de existir y las salas experimentales fueron desmanteladas» (Napoli, 1998). No obstante, en «2016, *Late Shift*, un híbrido de juego y película creado por CtrlMovie, un pequeño estudio en Suiza— se convirtió en la primera película interactiva exitosa producida» (Elnahla, 2020). Haciéndose eco de este fenómeno, en 2017 Netflix estrenó *El Gato con Botas: Atrapado en un cuento épico* (Puss in Book: Trapped in an Epic Tale), y dos años después y con un talante más experimental, la película interactiva hipernarrativa *Black Mirror: Bandersnatch* (2019), dirigida por David Slade.

Black Mirror (Charlie Brooker, Channel 4, Netflix, 2011-2019) es una serie de televisión antológica y de paranoia tecnológica multipremiada, inspirada de manera manifiesta en *Twilight Zone* (Rod Serling, CBS, 1959–1964), con narrativas am-

bientadas en un futuro cercano, distópico y signado por la ciencia ficción tecnológica que centra su atención en temas sociales y políticos contemporáneos. Charlie Brooker creó la serie con una gran complicidad de la productora ejecutiva Annabel Jones, y se emitió en Channel 4 de 2011 a 2013, incluido un episodio especial titulado *White Christmas* en 2014, que tenía un carácter británico que se diluyó cuando la serie se trasladó a Netflix, donde se emitieron tres temporadas más en 2016, 2017 y 2019. Sin embargo, es poco probable que las temporadas regresen a Netflix, dadas las complicadas disputas legales; Annabel Jones y Charlie Brooker han dejado Endemol Shine Group para trabajar con su propia compañía. *Bandersnatch* es la primera película de la saga *Black Mirror*, y la trama se desarrolla en 1984, presagio del mundo de las aplicaciones y la conciencia descargable. El año elegido es muy significativo; corresponde con el título y año de la novela de Orwell sobre la vigilancia y de la biopolítica más tarde acuñada por Foucault, y un momento emblemático de la ciencia ficción en la literatura. Como *The Terminator* (1984), de Cameron, en el ámbito cinematográfico, introdujo una crítica a los puntos de vista científicos y políticos en un presente futurista y modificado, si bien concebido como factible, al igual que lo hace *Black Mirror*. La trama de *Bandersnatch*, claramente bajo el marco del cine interactivo hipernarrativo, gira en torno a un joven programador, Stefan Butler, que comienza a cuestionar la realidad cuando adapta la novela de fantasía de un escritor loco a un videojuego con la ayuda de la empresa de videojuegos, Tuckersoft.

El término cine interactivo hipernarrativo fue acuñado por primera vez por Shaul (2008). Su función se puede definir como «estructuras hipernarrativas, interacción y diseño audiovisual [que] deben gestionar los problemas de atención dividida multitarea que estos constructos engendran y, lo que es más importante, utilizar esta multitarea para mejorar en lugar de reducir el compromiso» (2008: 12). En esa línea, *Bandersnatch* marca un

gran avance en la narración interactiva y convierte la narrativa clásica de «elige tu aventura» en «lo que esas aventuras podrían ser», es decir, predice un futuro de lo que puede llegar a ser el espectro televisivo, nos presenta la posibilidad de convertir algo fáctico en algo real. A través de una polaridad de codificación de unos y ceros, Netflix ha desarrollado un algoritmo para ver los momentos álgidos y bajos de sus series en el plano narrativo desde la perspectiva de la recepción de la audiencia, lo que les puede permitir hacer todos los cambios necesarios para no fallar en el relamo de la atención, al mismo tiempo que su algoritmo elige títulos similares y portadas de series y películas que podrían interesar a su consumidor particular. Este fenómeno convierte al espectador en un usuario de televisión, una noción que ya ha superado el concepto de prosumidor y lo convierte también en co-creador de la narrativa —aunque no lo sea en realidad—. Esta responsabilidad activa por parte de la audiencia sigue la tradición estadounidense de ucronía y la exploración contrafactual, ambas cruciales en el campo de los cómics de superhéroes, con la serie de Marvel; *What If?* (1977-) y en el cine y la narrativa popular con *Inglourious Basterds*, de Quentin Tarantino (2009); *El hombre en el castillo* (*The man in the high castle*, 1962), de Philip K. Dick, y ficciones televisivas como *Fringe* (J. J. Abrams, Alex Kurtzman, Roberto Orci, Fox, 2008-2013), *El hombre en el castillo* (*The man in the high castle*, Frank Spotnitz, Eric Overmyer, Amazon Studios: 2015-2019) o *What If* (A. C. Bradley, Disney+: 2021).

La película conduce al espectador/jugador por un camino en mayor o menor grado ya trazado —aunque a la vez complejo—, pero que no deja de ser una mera ilusión de elección. Es innegable que la forma de consumo de las audiencias ha cambiado a lo largo de la historia del cine, por lo que también se han alterado los modos de producción, principalmente con la competitividad de las plataformas de *streaming*. Así, la forma de narrar ha evolucionado para satisfacer las nuevas necesi-

dades de un público sediento de descubrir las últimas novedades. No obstante, *Bandersnatch* no ofrece a los espectadores una auténtica libertad de elección, «sino una que está estrictamente limitada por la naturaleza del medio en sí, tanto como en la alabanza de su innovadora narrativa ramificada» (McSweeney, Joy, 2019: 277). Por lo tanto, *Bandersnatch* muestra la inaccesibilidad del libre albedrío, y una serie de opciones proporcionadas por las normas sociales y los mecanismos de control entendidos conforme al panóptico foucaultiano (Foucault, 2012). Netflix ha utilizado una estrategia de *story control* que Aparici y García Martín (2017:21-22) han comparado con «construir una realidad del mundo *ad hoc* según los intereses de la autoridad para reproducir y preservar el orden establecido». Además, *Bandersnatch* se desarrolla entre la narración clásica y el videojuego; de hecho, la película no solo trata temáticamente sobre videojuegos, sino que actúa como tal. Se presenta como una mezcla de un videojuego y una película. Sin embargo, la película carece de libre albedrío, autonomía e independencia de la trama para que el espectador se enganche de lleno, y esa es precisamente la autoparodia de *Bandersnatch*. Presenta una crítica a la pérdida de la individualidad sobre el concepto de elección. La película también tematiza la transformación en la que la tecnología afecta a la realidad; su protagonista carece —al igual que el espectador— de libre albedrío, y su existencia depende del instante a pesar del escenario geográfico e histórico.

Desde el punto de vista del diseño interactivo de la historia, la visibilización de decisiones que no permiten generar rutas alternativas o crear otros finales encaja en la voluntad de Netflix de adaptar la recepción de *Bandersnatch* a los dispositivos *smart-tv* más extendidos y a un nivel de exigencia medio de los teleusuarios (Scolari, 2016). A pesar de su forma y alusión a un universo-espejo como el del videojuego, *Bandersnatch* no encaja exactamente en la idea de ficción ergódica (Aarseth, 1997; Eichner, 2014; Crisóstomo Gálvez, 2021), autóno-

ES INNEGABLE QUE LA FORMA DE CONSUMO DE LAS AUDIENCIAS HA CAMBIADO A LO LARGO DE LA HISTORIA DEL CINE, POR LO QUE TAMBIÉN SE HAN ALTERADO LOS MODOS DE PRODUCCIÓN, PRINCIPALMENTE CON LA COMPETITIVIDAD DE LAS PLATAFORMAS DE STREAMING

ma, autoguiada y exploratoria, con reconocidos exponentes literarios como *House of Leaves* (2000) de Mark Z. Danielewski o *S* (2013) de J. J. Abrams y Doug Dorst. Un elemento vital de toda la experiencia inmersiva es la propuesta de *Black Mirror* en comparación con otras aplicaciones y plataformas de redes sociales; mientras que Tik Tok, Instagram, Twitter, etc., permiten la interacción de un algoritmo en tiempo real y muy a menudo a través del autoaprendizaje de la Inteligencia Artificial, las series de televisión y las *TV movies* aún no han acogido esa posibilidad en una medida parangonable, lo que puede provocar un sentimiento de agravio comparativo en la audiencia, que ahora está acostumbrada a obtener una respuesta inmediata del algoritmo a cualquiera de sus elecciones. No obstante, se posiciona como una posibilidad intermedia. Sin embargo, por lo que respecta a la realización, una propuesta semejante sería bastante difícil de llevar a cabo en futuras obras audiovisuales —sobre todo si no cuentan con un gran presupuesto—. La película interactiva consta de 250 segmentos con una duración total de 312 minutos. Sin duda, se trata de una interpelación a cómo la industria puede financiar y desarrollar estos nuevos formatos, tal vez como lo hizo luego con *Unbreakable Schmidt: Kimmy vs the Reverend* (2020), con trece finales y un menor número de segmentos.

Hay otra cuestión relevante a la hora de analizar el diseño interactivo de *Bandersnatch* respecto al resto de plataformas de redes sociales. Se trata de la interfaz de usuario y sus diferentes mecáni-

MIENTRAS QUE EN LAS REDES SOCIALES LA INTERFAZ PROMUEVE UN TIPO DE NAVEGACIÓN DISTRIBUIDA BASADA EN EL PROCESAMIENTO ALGORÍTMICO Y GENERALMENTE CON UNA DIFUSIÓN HORIZONTAL DE CONTENIDOS, LA INTERFAZ DE BANDERSNATCH SE BASA EN UN TIPO DE NAVEGACIÓN DISTRIBUTIVA, QUE LLEVA AL USUARIO A OPCIONES ELEGIDAS POR ÉL MISMO, PERO SIN AFÁN DE CREAR UNA CULTURA FUNDADA EN COMPARTIR Y PARTICIPAR

cas. Mientras que en las redes sociales la interfaz promueve un tipo de navegación distribuida basada en el procesamiento algorítmico y generalmente con una difusión horizontal de contenidos, la interfaz de *Bandersnatch* se basa en un tipo de navegación distributiva, que lleva al usuario a opciones elegidas por él mismo, pero sin afán de crear una cultura fundada en compartir y participar. La interfaz de navegación de *Bandersnatch* ignora el elemento comunitario que contienen las redes sociales y ofrece un entorno computacional restrictivo en contraste con las plataformas de redes sociales. Al descuidar la idea de la comunidad algorítmica (Klobucar, 2021), se produce un choque. Este desajuste entre ecosistemas digitales, también en su diseño y fórmulas estéticas, provoca de manera directa una inconsistencia en las expectativas del usuario de *Bandersnatch*. Acostumbrado a la inercia actual hacia la navegación distributiva y a la creación de comunidades algorítmicas, el usuario encuentra aquí lo que podría ser un dispositivo supuestamente anacrónico, que favorece su estructura por motivos de producción, pero también porque busca invocar una experiencia interactiva pretérita y más rudimentaria, como ha sido señalado y se desarrollará más adelante.

Ver y jugar (Papazian, Sommers, 2013; Perron, Arsenault, 2015) son los dos extremos de un

proceso narrativo de continua inmersión y obliteración del relato que vincula películas, series y videojuegos contemporáneos. En este vínculo, que genera una reciprocidad imaginaria capaz de engendrar un experimento de televisión interactiva como *Bandersnatch* al mismo tiempo que adaptaciones serializadas de aclamados videojuegos como *The Last of Us* (Craig Mazin, Neil Druckmann, HBO, 2023), hay un tercer vector que son las redes sociales. Precisamente por ello, la investigación que se describe a continuación parte de la dimensión económica y las posibilidades comerciales y publicitarias de un modelo limitado de interactividad que tiene eco en las redes para ampliar su alcance hermenéutico a dos núcleos esenciales que vinculan cine, ficción televisiva, videojuegos, audiovisuales y redes sociales en la era de las plataformas: por una parte, la nostalgia y los efectos de la estructura de archivo que brindan las plataformas en forma de repositorio y, por otra, la importancia de la noción de multiverso y la coexistencia de alternativas narrativas que prodiga esta misma estructura.

Precisamente por eso, se hace necesario un abordaje teórico y metodológico plural, atento tanto a una hermenéutica de los dispositivos (Pintor, 2021), estudios culturales sobre fenómenos como la melancolía (Pintor, 2009), la nostalgia (Boym, 2001), la sociología y la filosofía de la cultura (Berardi, 2020, 2021) y los estudios culturales, a los aportes de la teoría de los videojuegos (Pérez-Latorre, 2021, 2012) y a una historia de la televisión y la construcción de multiversos y ficciones contrafácticas cuyo origen se remonta a la literatura y el cómic. *Bandersnatch* es, ante todo, un objeto cultural cuyos rasgos se configuran como «síntomas culturales» (Cassirer, 1987) en una encrucijada central de modos de consumo audiovisual, en los que la multiplicación de pantallas y modos de interacción sugiere la posibilidad de narrativas diferentes. En su base, sin embargo, sobreviven temas y estructuras comunes, patrones narrativos o «argumentos universales» (Balló, Pérez, 2006)

como la forma esencial de dialogar con las formas narrativas esenciales. En la medida en que las ficciones audiovisuales son siempre máquinas de reconocimiento de lo humano, ¿qué tipo de imagen de nosotros mismos nos devuelve *Bandersnatch*?

LA APERTURA DE UN NUEVO MUNDO PARA LA PUBLICIDAD: PUBLICIDAD INTERACTIVA

Por primera vez, los espectadores y usuarios de *Black Mirror* se ven afectados por la misma tecnología y les muestra lo peor de sí mismos al permitirles controlar a los personajes de la película desde su posición privilegiada. Netflix anunció que invertirá más en narrativas interactivas y abordará otros géneros, lo que posiciona a *Bandersnatch* como piloto y presagio de futuras propuestas. En este sentido, *Bandersnatch* es un paso lógico desde la trama crítica centrada en la tecnología sobre la «sociedad de control» (Deleuze, 1990) de las primeras temporadas de *Black Mirror* hasta un nuevo modelo de experiencia tecnoambiental que explora los orígenes de las experiencias inmersivas contemporáneas. Como era de esperar, 1984 es el año del nacimiento del entorno visual Apple-Macintosh, el CD-Rom como soporte físico para la interactividad —que se prolongó durante décadas— e incluso el del promotor del Metaverso Marc Zuckerberg.

La audiencia contemporánea, usuaria de los dispositivos, siente la desafección automática que estos pueden causar. *Black Mirror* ya había explorado las posibilidades de la visión subjetiva, de situarse en los ojos del personaje, en episodios tan significativos como *Toda tu historia* (The Entire History of You, #1x03), *La ciencia de matar* (Men Against Fire, #3x05) o *Caída en picado* (Nosedive, #3x01), bajo una tradición cuasi-voyeurista que arraiga en obras cinematográficas como *La dama del lago* (The Lady of the Lake, Robert Montgomery, 1947) y *El fotógrafo del pánico* (Peeping Tom, Michael Powell, 1960). Sin embargo, *Bandersnatch* expone también

cómo el usuario disfruta del sufrimiento de los personajes, tanto que, aun teniendo la posibilidad de evitar tragedias, opta por ver qué sucede.

Bandersnatch constituye una innovación como nuevo modelo de negocio para la publicidad, bautizado por Lopera-Mármol et al. (2020) como «publicidad interactiva», en la que cada consumidor es identificado y focalizado a través del *Big Data* en algún tipo de medio de entretenimiento. Las opciones narrativas no tan libres como aparentan ser actúan como una forma de elegir el camino del personaje principal y recopilan datos de la audiencia haciendo al usuario elegir productos de diferentes marcas, preguntándole si comerían *Frosted Flakes* o *Sugar Puffs* para el desayuno. En otras palabras, actúa como un *product placement* reforzado, que luego puede ser microsegmentado mediante las estadísticas obtenidas. Esos resultados pueden luego aplicarse y comercializarse dentro de la plataforma o ir más allá y generar una venta de datos sin procesar a compañías productoras. Como ya se ha mencionado, Netflix ha estudiado previamente el compromiso de los usuarios con su contenido. Al hacerlo, pueden rastrear decisiones reales. «El personaje principal está controlado por el interactor, que se limita a opciones binarias, una de las cuales se elegirá automáticamente, si no deciden antes de que acabe el tiempo» (Roth, Koentiz, 2019: 253). Curiosamente, aunque presente e incluso evidente para las audiencias, este tipo de recopilación de datos no fue la razón del rechazo hacia esta película interactiva hipernarrativa, sino que fue vista como un juego. Así, «*Banders-*

CURIOSAMENTE, AUNQUE PRESENTE E INCLUSO EVIDENTE PARA LAS AUDIENCIAS, ESTE TIPO DE RECOPIACIÓN DE DATOS NO FUE LA RAZÓN DEL RECHAZO HACIA ESTA PELÍCULA INTERACTIVA HIPERNARRATIVA, SINO QUE FUE VISTA COMO UN JUEGO

natch permitió a Netflix rastrear decisiones reales y recopilar la información que permitía conocer los gustos musicales, el género y las preferencias de productos de los usuarios» (Lopera-Mármol et al., 2020: 165).

Por su estructura narrativa, *Bandersnatch* constituye un dispositivo (Foucault, 1976: 33) en sintonía con la vigilancia social contemporánea (Dubrofsky, 2011; Jones, 2016, MacIsaac et al., 2018), con lo que Byung-Chul Han (2015a, 2015b, 2018) ha denominado sociedad de la transparencia y la autoexplotación a partir de la obra de Foucault y Deleuze. De hecho, el tipo de recolección de datos que promueve *Bandersnatch* puede verse como parte de la lógica de vigilancia «lateral» (Andrejevic, 2002), «social» (Marwick, 2012) u «horizontal» (Gill, 2017) que caracteriza a la sociedad mediática de la vigilancia postsocial, o lo que Shoshana Zuboff (2019) denomina «capitalismo de vigilancia», Franco 'Bifo' Berardi (2019, 2020, 2021) «semicapitalismo» y Herbert A. Simon (1971) «economía de la atención». De igual manera que entregamos nuestros datos a las aplicaciones del teléfono inteligente, la televisión inteligente o la tableta y monitoreamos nuestros propios patrones físicos, *Bandersnatch* revela, en cierto modo, la posibilidad de superponer la ficción televisiva y el comportamiento de las aplicaciones sociales. Esta nueva forma de extracción de datos de Netflix se puede utilizar para orientar las opciones en la sala de escritores y proyectos futuros. Teniendo en cuenta que a partir de ahora solo presenta a los usuarios dos opciones, el mecanismo resulta perfecto para la recolección de datos y abre un campo futuro para que la plataforma de *streaming* presente narrativas con un número más significativo de opciones. La película interactiva de *Black Mirror* probablemente no obtuvo los resultados que la gente esperaba. No obstante, los creadores emprenderían un proyecto similar, en tanto que observaron: «Que el 94 por ciento de los espectadores estaban tomando activamente esas decisiones» (Strause, 2019).

UNA CUESTIÓN ETERNA: ¿FALTA DE ORIGINALIDAD O NOSTALGIA?

Como ya ha sido señalado, *Bandersnatch* ofrece una atenta recreación de la década de 1980, desde los paquetes de cereales, la ropa, los automóviles y la música hasta las computadoras, en aras a una nostalgia de esa época que ha sido omnipresente durante la segunda década del siglo XXI. «Temáticamente, sin embargo, la decisión de ambientar la película en la década de 1980 está relacionada principalmente con los años incipientes de la industria de los videojuegos» (McSweeney, Joy, 2018). Como muchas otras series de televisión posmodernas con el sello de Netflix, como *Stranger Things* (Matt y Ross Duffer, Netflix: 2016-), *Everything Sucks!* (Ben York, Michael Mohan, Netflix: 2018-) y *TEOTFW* (Jonathan Entwistle, Charles S. Forsman, Channel 4, Netflix, 2017-2019) tiene un tono nostálgico. De hecho, la crítica de *Black Mirror* hacia la distopía transhumanista del episodio *San Junipero* (#3x04) encarna las ideas de Svetlana Boym en *El futuro de la nostalgia* (2001) y constituye una reflexión sobre los modelos asépticos de nostalgia. Casi como si se tratara de un manierismo, esta suerte de fenómeno de *retromanía*, de acuerdo con el término acuñado por Reynolds (2011) responde al éxito de las reposiciones de la era analógica en plataformas digitales con programas como *Dawson Crece* (Dawson's Creek, Kevin Williamson, WB, 1998-2003) o *Friends* (Marta Kauffman, David Crane, NBC, 1994-2004), *reboots* de la icónica *El príncipe de Bel-Air* (The Fresh Prince of Bel-Air, Andy Borowitz, Susan Borowitz, NBC, 1990-1996) como *Bel-Air* (Andy Borowitz, Susan Borowitz, Peacock, 2022-) y *revivals* como *Gilmore Girls: A Year in the Life* (Amy Sherman-Palladino, Netflix, 2016), pero también responde al hecho de que la razón de ser de Netflix es la nostalgia —el origen de la plataforma es el alquiler de DVD—; en otras palabras, «la nostalgia está escrita en su identidad de marca» (Fradley, 2020: 231).

Cabe atender a la falta de profundidad (*depthlessness*), concepto que Frederic Jameson (1991) subrayó: numerosas series de televisión novedosas caen dentro de un marco repetitivo de estilos más antiguos que a su vez se convierten en un estilo en sí mismo, y no hay «originales» o «prototipos» que puedan encontrarse. Por lo tanto, este fenómeno alude a una limitación dentro de la nostalgia de Netflix que puede entenderse como políticamente insípida ya que «efectivamente vuelve “nostálgico” por defecto cualquier artefacto televisivo retrospectivo» (Fradley, 2020: 232). Netflix ofrece un componente nostálgico no solo por las particularidades de su contenido. La idea de nostalgia aparece implícita en el concepto de repositorio, que es, en definitiva, cualquier plataforma bajo demanda. Como señala Giulia Taurino (2019: 10),

La metáfora de la biblioteca, o de un catálogo, que contiene una colección de textos audiovisuales, resulta especialmente eficaz para describir la dinámica interna de Netflix. Cuando el recuerdo de una película o un programa de televisión no solo se almacena en un inventario, sino que también se indexa y se pone a disposición para la búsqueda, la nostalgia mediada puede convertirse en una propiedad intrínseca para la sostenibilidad del archivo de Netflix y su modelo de negocios de múltiples maneras.

En ese sentido, *Bandersnatch* ofrece una interpretación metadiscursiva de la noción de repositorio, se refiere directamente a la condición de archivo de Netflix —con múltiples opciones almacenadas en su narrativa— y abraza el término nostalgia más allá del contexto de la trama o de las opciones de reprogramación de la plataforma.

A diferencia de la melancolía, cuya implantación en la ficción televisiva posterior al 11 de septiembre arraiga el concepto en una tradición cultural e incluso médica (Burton, 1652; Panofsky-Klibansky-Saxl, 1964) que se remonta a la antigüedad griega (Pintor, 2009), la nostalgia— del griego νόστος [nóstos], «regreso», y ἄλγος [álgos], «dolor»—es un concepto relativamente moderno,

usado para abordar el anhelo de los soldados por regresar al hogar. Desde el punto de vista del estudio de la ficción televisiva, una serie como *Mad Men* (Matthew Weiner, AMC, 2007-2015), en el capítulo final de su primera temporada define la idea de nostalgia a partir de uno de los productos que el protagonista, Don Draper (John Hamm), vende, el carrusel de diapositivas Kodak: «Es una punzada en tu corazón mucho más poderosa que la memoria por sí sola. Este dispositivo no es una nave espacial: es una máquina del tiempo. Va hacia atrás y hacia adelante. . . nos lleva a un lugar donde anhelamos regresar. No se llama la rueda. Se llama el carrusel. Nos permite viajar de la forma en que un niño viaja de un lado a otro, y de regreso a casa, a un lugar donde sabemos que somos amados». *Bandersnatch*, en este sentido, participa de un ejercicio de nostalgia que trasciende el estado de ánimo, el tema y el período histórico evocado y que atañe al conjunto de la ficción televisiva del Siglo de Oro y a la actual expansión serial del MCU, el Universo Cinematográfico de Marvel: la idea de la pluralidad de alternativas, el multiverso.

En efecto, al igual que J. J. Abrams y David Lindelof nutrieron series como *Alias* (J. J. Abrams, ABC, 2001-2006), *Perdidos* (*Lost*, J. J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, ABC, 2004-2010), *Fringe* y *Leftovers* (Damon Lindelof, Tom Perrotta, HBO, 2014-2017) con multiversos y dimensiones alternativas tomadas directamente de la narrativa de series de cómics como *Fantastic 4* y *X-Men*, *Bandersnatch* abraza una diversificación de alternativas en las que coinciden tanto los ascendentes literarios como los cómics y los videojuegos. Cuando el guionista Julius Schwartz resucitó en 1956 a un personaje súper heroico como *Flash* y corrigió problemas de continuidad narrativa con el antiguo *Flash* gracias a la incorporación de dimensiones paralelas y alternativas, se abrió un cauce que, aunque la paleotelevisión solo exploró puntualmente en algunos episodios de series como *La dimensión desconocida* (*The Twilight Zone*), abreva la serialidad contemporánea, desde series Marvel

SI ENTENDEMOS QUE LA CIENCIA FICCIÓN CONSTITUYE SIEMPRE UN TESTIMONIO DE LA VULNERABILIDAD DE CADA ÉPOCA, UNA REPRESENTACIÓN IMPLÍCITA DEL IMAGINARIO DE LA CATÁSTROFE Y EL RELATO DE LA POSIBILIDAD PERMANENTE DE LA OTREDAD, ESO ES PRECISAMENTE LO QUE LA ESCALA DE DECISIONES DE BANDERSNATCH TRATA DE TRASLADAR DE UN MODO PIONERO AL ÁMBITO DEL CONSUMO TELEVISIVO

como *WandaVision* (Jac Schaeffer, Disney+, 2021), *El Caballero Luna* (Moon Knight, Jeremy Slater, Disney+, 2022) o *S.H.I.E.L.D.* (Joss Whedon, Jed Whedon, Maurissa Tancharoen, ABC-Marvel, 2013-2020) hasta series como *Stranger Things* o experimentos tan radicales como *Twin Peaks. El regreso* (*Twin Peaks: The Return*, David Lynch, Showtime, 2017), de David Lynch.

En el resto de los capítulos de *Black Mirror*, la idea de alternativas aparece limitada del mismo modo que el futuro proyectado se acerca cada vez más al presente en una redefinición del género de la ciencia ficción (Pintor, 2018). Por el contrario, *Bandersnatch* se convierte en un pasado en el que las opciones narrativas plurales parecen más plausibles y encajan con la moda de los citados años ochenta: los libros con el formato «elige tu propia aventura». Aunque los elementos que dan forma a *Bandersnatch* no necesariamente se ajustan a los códigos de esa ciencia ficción, la proyección en el pasado de la historia y la lógica estructural de múltiples opciones sí lo hacen. Si entendemos que la ciencia ficción constituye siempre un testimonio de la vulnerabilidad de cada época, una representación implícita del imaginario de la catástrofe y el relato de la posibilidad permanente de la otredad, eso es precisamente lo que la escala de decisiones de *Bandersnatch* trata de trasladar

de un modo pionero al ámbito del consumo televisivo. Asimismo, en este sentido, la pieza puede situarse en el contexto de los lineamientos temáticos que surgieron en las distintas fases de la seriedad televisiva posterior al 11-S: el diálogo con la alteridad que ha permitido sustentar los grandes discursos de la ficción televisiva desde esa fecha fundamental—la amenaza terrorista, la trama, la vulnerabilidad, el duelo por la pérdida, la búsqueda de espacios seguros y, sobre todo, la reversión contrafactual de hechos dramáticos, de *Fringe* a *Devs* (Alex Garland, Hulu, 2020)— es también el que *Black Mirror* ha identificado en su conocido icono, el de la pantalla rota del *smartphone*.

Para *Bandersnatch*, la verdadera amenaza no es sólo la de esa pantalla rota que identifica la lógica de la videovigilancia o la sustitución de las emociones tradicionales por formas vicarias en perfecto encaje con la crítica baudrillardiana a la sociedad contemporánea (Lopera-Mármol et al, 2018)—¿Es posible imaginar una secuencia más desgarradora que la de la pareja de *Toda tu historia* haciendo el amor mientras visualizan en su dispositivo individual la primera vez que lo hicieron?—, sino una aún mayor: la posible futilidad de la elección en sí. Si, como ha señalado Borges al referirse precisamente a la multiopcionalidad, «todos los hombres son el mismo hombre», cualquier individuo que viviera un tiempo eterno o, al menos, muy largo, tendería a acumular todas las experiencias por eliminación de opciones. La cuestión esencial de la elegibilidad en los soportes narrativos contemporáneos, desde la televisión hasta las *apps*, los videojuegos o la literatura, es la posibilidad de generar una experiencia diferencial, es decir, que, eventualmente, un usuario logre crear una nueva opción tanto para sí mismo como, potencialmente, para otros. Si bien esto desplazaría el discurso hacia la ficción participativa, los audiovisuales *fan-made* y los «contenidos generados por los usuarios» (Cason, 2007; Askwith, 2007; Evans, 2011; Jenkins, 2009; Scolari, 2014), lo más importante es concebir hasta qué punto una

ficción como la propuesta por *Bandersnatch* puede entreverarse y ser catalizada por las redes sociales y los dispositivos conectados en abierto.

CONCLUSIONES

Quizás *Black Mirror: Bandersnatch* es, por encima de todo, un medio y un interrogante, una invitación a problematizar ciertas cuestiones más que una pieza cinematográfica basada en la construcción y los arcos de los personajes, la trama, los *cliff-hangers* y la estética (Bernstein, 2019: 496). La película es una paradoja; vende la idea de que el público está siendo invitado a unirse a una aventura inmersiva, y mientras lo hace hasta cierto punto, es una crítica genuina a la falta de elección. El usuario no controla *Black Mirror*. Es *Black Mirror* el que controla al usuario. Esta podría ser una idea novedosa desde la que cambiar la forma en que se conciben los campos y los espectros de la televisión y el cine, pero que aún no tiene tanto éxito como las aplicaciones a las que están tratando de dar alcance, con una arcaico pero convincente forma literaria. En la narrativa de *Bandersnatch*, la descentralización toma forma a través de la indagación existencial, la presión de la elección, el deseo del individuo de salir del tiempo y el espacio a través de la tecnología y de escapar a la realidad gracias a la gamificación, que se presenta con la forma diluida de un videojuego. Sin embargo, la película no se aferra a un centro con una estructura narrativa que se aleja del tiempo y el espacio, sino que más bien enfatiza la estructura descentralizada con su configuración interactiva, que «no parece posible otorgar una agencia completa con la tecnología actual de Netflix y el material pregrabado. Por lo tanto, es crucial identificar estrategias de diseño para ofrecer a la audiencia opciones significativas que utilicen la agencia limitada que ofrece este formato para lograr el mejor efecto» (Roth, Koenitz, 2019).

Como hubiese cabido esperar, *Bandersnatch* no obtuvo el reconocimiento que se esperaba del

sello *Black Mirror*. En primer lugar, falta originalidad en la propuesta, a pesar de algunos guiños metanarrativos a episodios pasados e incluso a alusiones como el del sitio *web* —siguiendo el original— *Tuckersoft*¹, que se crea en uno de los finales. Este aspecto metanarrativo le permite incluir otro «episodio» de la película. En segundo lugar, mientras intenta formularse a medio camino entre los videojuegos y el cine, ofrece una interacción superficial en comparación con otras obras. Carece de desarrollo dramático, y las opciones que ofrecidas a los espectadores son limitadas, especialmente si se considera a aquellos familiarizados con los videojuegos. En tercer lugar, la trama no está tan desarrollada ni es tan sorprendente como otros episodios de *Black Mirror*.

Bandersnatch subraya las principales características del cine de ficción interactivo en la actualidad. Por una parte, la conectividad, tanto de dispositivos como de usuarios, se convierte en un agente activo en la creación de la narrativa, aunque se sigue un guion preestablecido, que ayuda a desarrollar la narrativa transmedia. Por otra parte, la virtualidad se presenta como un espacio de interacción y recopilación de datos con herramientas publicitarias y de optimización de motores de búsqueda y la hipermediación de los soportes. Las películas de ficción interactiva son experimentos que siguen un patrón de producción que, a través de diferentes estrategias, intentan involucrar al espectador y requieren de la participación de los usuarios para dotarlos de sentido. Al crear *Bandersnatch*, Netflix logró obtener más datos de sus suscriptores, potencialmente también para su venta a empresas (Lopera-Mármol et al., 2019), y destacó entre otras plataformas de transmisión con un formato audiovisual original a partir de una de sus más conocidas series de televisión, con lo que se convirtió en un sello de innovación de la marca.

La contribución esencial de *Bandersnatch* es la experiencia y consolidación de un nuevo modo de interacción con la audiencia, que incluye el inten-

to de una nueva definición de la noción misma de audiencia a partir del usuario y la idea de jugabilidad (Pérez-Latorre, 2012). En muchos sentidos, y como señala Berardi (2019, 2020), la paulatina sustitución de los fenómenos de conjunción física en la sociedad por la conexión digital ha generado una redefinición de la esfera pública. Dentro de esta redefinición, las redes y el consumo fragmentado propician un giro emocional en el que los videojuegos (Pérez-Latorre, 2021), las redes (Berardi, 2021) y las series de televisión (Pintor, 2015a, 2015b, 2017, 2018a, 2018b) se han convertido en el centro productivo de los modos visuales, narrativos y relacionales de la sociedad contemporánea. *Bandersnatch* es un producto sintomático en cuanto a la nostalgia, la idea de la plataforma como repositorio incorporado en la propia narrativa, y una reprogramación de modos de consumo que también revela la paradoja del vínculo entre la noción de interactividad y la verticalidad que imprimen los algoritmos sobre el modelo comercial de las plataformas. ■

NOTAS

- 1 Disponible en <https://tuckersoft.net/ealing20541/history/>.

REFERENCIAS

- Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Andrejevic, M. (2002). The Kinder, Gentler Gaze of Big Brother: Reality TV in The Era of Digital Capitalism. *New Media & Society*, 4 (2), 251-270.
- Aparici, R., García Marín, D. (2017). Arqueología de la narrativa digital interactiva y la nueva comunicación. En M. Medrano (ed.), *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror* (pp. 13-31). Barcelona: Gedisa.
- Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Recuperado de <http://cms.mit.edu/research/theses/IvanAskwith2007.pdf>.
- Balló, J., Pérez, X. (2006). *La semilla inmortal. Los argumentos universales en el cine*. Barcelona: Anagrama.
- Berardi, F. (2019). *Futurability: The Age of Impotence and the Horizon of Possibility*. London, New York: Verso Books.
- Berardi, F. (2020). *Fenomenologia della fine*. Roma: Nero.
- Berardi, F. (2021). *The Third Unconscious*. New York: Verso Books.
- Bernestien, G. (2019). Jugar al cine: Black Mirror y la interactividad como cruce interdisciplinario. *Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, 20, 489-497.
- Borges, J. L. (1942). La forma de la espada. *La Nación*. Buenos Aires: Editorial Sur.
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Burton, R. (1652). *The Anatomy of Melancholy: what it is, with all the kinds, causes, symptoms, prognostics & severall cures of it*. London: Chatto and Windus.
- Cason, J. (2007). User generated content. En V. Di Bari (ed.), *Internet è cambiato. E voi?* (pp. 253-257). Milano: Edizioni Il Sole.
- Cassirer, E. (1987). *Antropología filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Crisóstomo Gálvez, R. (2021). *El Yo en Serie. Identidades en las series de televisión contemporáneas*. Barcelona: Laertes.
- Deleuze, G. (1990). Post-scriptum sur les sociétés de contrôle. En G. Deleuze (ed), *Pourparlers 1972-1990* (pp.240-247). Paris: Les éditions de Minuit.
- Dubrofsky, R. E. (2011). Surveillance on Reality Television and Facebook: from Authenticity to Flowing Data. *Communication Theory*, 21(2), 111-129.
- Eichner, S. (2014). *Agency and Media Reception: Experiencing Video Games, Film, and Television*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- Elnahla, N. (2020). *Black Mirror: Bandersnatch and how Netflix manipulates us, the new gods*. *Consumption Markets & Culture*, 23 (5), 506-511. <https://doi.org/10.1080/10253866.2019.1653288>
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television. Audiences, New Media, and Daily Life*. London: Routledge.

- Foucault, M. (1976). *Histoire de la sexualité I. La volonté du savoir*. Paris: Gallimard.
- Foucault, M. (2012). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Fradley, M. (2020). The Aesthetics of Nostalgia TV: Production Design and the Boomer Era, by Alex Bevan. Bloomsbury Academic. *Alphaville: Journal of Film and Screen Media*, 19, 230-241. <https://doi.org/10.33178/alpha.19.22>
- Gill, R. (2017). The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism: A Postfeminist Sensibility 10 Years On. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606-626.
- Han, B-Ch. (2015a). *The Burnout Society*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Han, B-Ch. (2015b). *The Transparency Society*. Stanford, California: Stanford University. Press.
- Han, B-Ch. (2018). *The expulsion of the other*. Queensland: Wiley Polity Press.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jones, H. A. (2016). New media producing new labor: Pinterest, yearning, and self-surveillance. *Critical Studies in Media Communication*, 33(4), 352-365.
- Klobucar, A. (2021). *The Community and the Algorithm: A Digital Interactive Poetics*. Wilmington: Vernon Press.
- Lopera-Mármol, M., Jiménez-Morales, M., Bourdaa, M. (2020). Televertising Strategies in the Age of Non-Advertising TV. En L. Mas-Manchón (ed.), *Innovation in Advertising and Branding Communication* (pp. 154-188). New York: Routledge.
- MacIsaac, S., Kelly, J., Gray, S. (2018). 'She Has Like 4000 followers!': The Celebrification of Self within School Social Networks. *Journal of Youth Studies*, 21(6), 816-835.
- Marwick, A. E. (2012). The Public Domain: Social Surveillance in Everyday Life. *Surveillance and Society*, 9(4), 378-393.
- McSweeney, T., Joy, S. (2019). Change Your Past, Your Present, Your Future? Interactive Narratives and Trauma in *Bandersnatch*. En T. McSweeney, S. Joy (eds.), *Through the Black Mirror*. London: Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-19458-1_21
- Napoli, L. (1998, 17 de agosto). Interactive Filmmakers Hope to Make a Comeback. *The New York Times*, <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/library/tech/98/08/cyber/articles/17dvd.html>.
- Panofsky, E., Klibansky, R., Saxl, F. (1964). *Saturn and Melancholy: studies in the History of Natural Philosophy, Religion, and Art*. London: Nelson.
- Papazian, G., Sommers, J. M. (eds.) (2013). *Game On, Hollywood!: Essays on the Intersection of Video Games and Cinema*. London: McFarland & Co.
- Pérez-Latorre, O. (2012). *El lenguaje videolúdico: Análisis de la significación del videojuego*. Barcelona: Laertes.
- Pérez-Latorre, Ó. (2021). The Devil of Emotional Gameplay is in The Details. Microanalysis of Affective Complexity Scenarios in Video Games. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 31, 71-84.
- Perron B., Arsenault, D. (2015). De-framing video games from the light of cinema. *Game Journal*, #4. 25-36.
- Pintor Iranzo, I. (2009). Melancholy and Sacrifice in Contemporary Science Fiction. *Formats, Journal of Audiovisual Communication*, V, <https://raco.cat/index.php/Formats/article/view/137001>
- Pintor Iranzo, I. (2015a). Nunca volveremos a casa: la figuración del hogar en *Mad Men*. En R. Crisóstomo et al. *Mad Men o la frágil belleza de los sueños en Madison Avenue* (pp. 107-132). Madrid: Errata Naturae.
- Pintor Iranzo, I. (2015b). The Walking Dead: Profanazione e sopravvivenza. En G. Frezza (ed.), *Endo-Apocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il post-umano* (pp. 243-264). Cava de' Tirreni: Areablu Edizioni.
- Pintor Iranzo, I. (2018a). El vacío, la cólera y el mal en la ficción contemporánea. Una estética de la negatividad. En M. Huerta, P. Sangro (eds.), *La estética televisiva en las series contemporáneas* (pp. 60-85). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Pintor Iranzo, I. (2017). El morador del umbral. Un espectador para *Twin Peaks*. VV.AA., *Regreso a Twin Peaks* (pp.203-228). Madrid: Errata Naturae.
- Pintor Iranzo, I. (2018b). Capital of Emotions, Emotions of Capital: Continuity and Iconographic Survivals of the

- Gestures of Submission and Deprivation of Freedom in Black Mirror. *Millars. Espai i Història*, 45, 115-146.
- Pintor Iranzo, I. (2021), *TikTok. The update that never ends*. CCCB Lab. Recuperado de <https://lab.cccb.org/en/the-update-that-never-ends/>
- Roth, C., Koenitz, H. (2019). Bandersnatch, Yea or Nay? Reception and User Experience of an Interactive Digital Narrative Video. TVX '19, June 05-07, 2019, Salford. <https://doi.org/10.1145/3317697.3325124>
- Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. En J. Celaya, (ed.), *Anuario AC/E de Cultura Digital. Focus 2014: uso de las nuevas tecnologías en las artes escénicas* (pp. 71-81). Madrid: Acción Cultural Española (AC/E).
- Scolari, C. (2016). Bandersnatch. Apuntes sobre la construcción del «teleusuario». *Hipermediaciones*. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2019/01/06/bandersnatch/>
- Shaul, N.B. (2008). *Hyper-Narrative Interactive Cinema: Problems and Solutions*. Amsterdam: Consciousness, Literature and the Arts.
- Simon (1971). Designing organizations for an information rich-world. Recuperado de <https://digitalcollections.library.cmu.edu>.
- Strause, J. (2019, 24 de mayo). 'Black Mirror' Duo on the Challenges of Netflix's First Interactive Movie – and Why They Would Do It Again. *The Hollywood Reporter*. Recuperado de <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/black-mirror-team-complexity-bandersnatch-netflix-data-1213270/>
- Taurino, G. (2019). *Crossing Eras. Exploring Nostalgic Reconsiderations in Media Franchises*. En K. Pallister (ed.), *Netflix Nostalgia: Streaming the Past on Demand* (pp.9-25). Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.

CHOOSE YOUR ADVENTURE: IMMERSIVE AUDIENCES. BLACK MIRROR: BANDERSNATCH

Abstract

In 2019, Netflix, with an intent to seek alternatives to survive, jump on the big data trend and satisfy new audiences, released a hyper-narrative interactive film *Black Mirror: Bandersnatch* based on non-linear stories and a web of decisions, following a “choose your adventure” literature structure with a solid nostalgic tone characteristic of its *raison d'être* and postmodern TV series. The film proves that free will is actually unattainable and that choices are already given to us in a Foucaultian panoptical manner (Foucault, 2012). Hence, immersive audiences are not as involved in the narrative as it could be perceived at first glance but are instead used as an element of big data and market segmentation. Nonetheless, *Bandersnatch* explores and becomes a breakthrough as another form of perceiving and conceptualizing television and the film spectrum. Beyond its thematic video game approach, the interactive film acts like one. It is a blend between a video game and a film. In conclusion, the experimental film does not hold onto a center with its narrative structure since it moves away from time and space but instead emphasizes the decentralized structure with its interactive setup that wants to become more than a viewing experience for audiences.

Key words

Black Mirror; *Bandersnatch* Interactive; Movie; Videogame, Immersive, TV Series, and Audiences.

Authors

Marta Lopera-Mármol holds an international PhD in the Communication Department from Universitat Pompeu Fabra (UPF). She is also a research member of the Communication, Advertising and Society Research Group (CAS-UPF) and a research affiliate at the Cambridge Center for Alternative Finance (CCAF) at the University of Cambridge. She holds an MRes in Social Communication from UPF and a B.A. in Audiovisual Communication from the University of Barcelona, with a minor in Marketing and Management. Currently, she co-directs a project on media sustainability framed under the UPF Planetary Well-being initiative. Marta has published several articles in high-impact peer-reviewed journals and different book chapters. Lopera-Mármol has undertaken international studies as a visiting scholar at King's College of the University of Cambridge and Université Sorbonne Nouvelle III (Paris), and research stays at La Trobe University (Melbourne) and the Hanzehogeschool of Applied Sciences (Groningen). Her main lines of research are television series, mental disorders, and media sustainability. Contact: marta.lopera@upf.edu.

ESCOGE TU AVENTURA: AUDIENCIAS INMERSIVAS. EL CASO DE ESTUDIO DE BLACK MIRROR: BANDERSNATCH

Resumen

En 2019, Netflix, con la intención de buscar alternativas para sobrevivir, sumarse a la tendencia del *big data* y satisfacer nuevas audiencias, estrenó una película interactiva hipernarrativa *Black Mirror: Bandersnatch* basada en una red de decisiones y en historias no lineales, siguiendo una estructura literaria de “Elige tu aventura” con un sólido tono nostálgico característico de su razón de ser y típico de las series de televisión posmodernas. La película demuestra que la voluntad es en realidad inalcanzable y que las opciones ya se nos dan de manera panóptica foucaultiana (Foucault, 2012). Por lo tanto, las audiencias inmersivas no están tan involucradas en la narrativa como podría percibirse a primera vista, sino que se utilizan como un elemento de big data y segmentación de mercado. No obstante, *Bandersnatch* explora y se convierte en un gran avance como otra forma de percibir y conceptualizar la televisión y el espectro cinematográfico. Más allá de su enfoque de videojuego temático, la película interactiva actúa como tal. Es una mezcla entre un videojuego y una película. En conclusión, la película experimental no se aferra a un centro con su estructura narrativa ya que se aleja del tiempo y el espacio, sino que enfatiza la estructura descentralizada con su configuración interactiva que quiere convertirse en algo más que una experiencia visual para el público.

Palabras clave

Black Mirror; *Bandersnatch* interactivo; Película; Videojuego; Inmersivo; Series de televisión y audiencias.

Autores

Marta Lopera-Mármol es doctora en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra (UPF). También es investigadora del Grupo de Investigación Comunicación, Publicidad y Sociedad (CAS-UPF) e investigadora asociada del Cambridge Centre for Alternative Finance (CCAF) de la Universidad de Cambridge. Obtuvo un Máster en Comunicación Social por la UPF y B.A. en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Barcelona, con mención en Marketing y Gestión. Actualmente, co-dirige un proyecto sobre sostenibilidad mediática enmarcado en la iniciativa Bienestar Planetario de la UPF. Marta ha publicado varios artículos en revistas de alto impacto y diferentes capítulos de libros. Lopera-Mármol ha realizado estudios internacionales como profesora visitante en el King's College de la Universidad de Cambridge y la Université Sorbonne Nouvelle III (París), y estancias de investigación en la La Trobe University (Melbourne) y la Hanzehogeschool of Applied Sciences (Groningen). Sus principales líneas de investigación son las series de televisión, los trastornos mentales y la sostenibilidad de los medios. Contacto: marta.lopera@upf.edu.

Ivan Pintor holds a Ph.D. in Communication Studies from Universitat Pompeu Fabra (UPF). Senior lecturer at UPF and member of the CINEMA Research Group. He currently teaches Contemporary Cinema in the Bachelor's program in Audiovisual Communication at UPF, and Cinema, Television and Comic-book History in the UPF Master's in Contemporary Film and Audiovisual Studies program. With Jordi Balló, he is the Principal Investigator of the project *Visual motifs in the public sphere: Production and circulation of images of power in Spain*. He has published articles in journals and contributed to more than 50 books, including *Black Lodge* (2021), *Figure del fumetto* (2020), *Les Motifs au cinéma* (2019), or *I riflessi di Black Mirror* (2018). He writes at the newspaper La Vanguardia and has organized conference cycles for different European museums. His lines of research are gestures in film, iconology, and iconography, hermeneutics and myth criticism in film, comparative film studies, television series, sequential narrative, transmedia, and intertextuality. Contact: ivan.pintor@upf.edu.

Manel Jiménez-Morales (Girona, 1978) is a professor of Communication at Pompeu Fabra University (UPF) and vice-rector for Educational Transformation, Culture and Communication. Graduated in Audiovisual Communication (UPF) and in Theory of Literature (UB), he has a doctorate in Social Communication (UPF). Jiménez-Morales has been a visiting professor at the University of Oxford, UCLA, and the British Film Institute, and has taught at various international universities. His lines of research are narrative and audiovisual aesthetics and new educational and cultural formats. Among his publications stands out *Transmedia Narratives in Spain: four fictions in search of a cross-media destination*. Contact: manel.jimenez@upf.edu

Article reference

López-Mármol, M; Pintor, I; Jiménez-Morales, M. (2023). Choose Your Adventure: Immersive Audiences. *Black Mirror: Bandersnatch. L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 35, 1-14.

Ivan Pintor es doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat Pompeu Fabra (UPF), profesor en el Departamento de Comunicación de la UPF y miembro del grupo de investigación CINEMA. Imparte clases sobre cine contemporáneo en el Grado en Comunicación y Cine, televisión e historia del cómic en el Máster en estudios contemporáneos de cine y audiovisual en la UPF. Junto a Jordi Balló, es el IP del proyecto *Visual motifs in the public sphere: Production and circulation of images of power in Spain*. Ha publicado artículos en revistas indexadas y contribuido a más de 50 libros, incluyendo *Black Lodge* (2021), *Figure del fumetto* (2020), *Les Motifs au cinéma* (2019) o *I riflessi di Black Mirror* (2018). Escribe en el diario La Vanguardia y ha organizado ciclos de conferencias y exposiciones para diferentes museos europeos. Sus líneas de investigación son la gestualidad en el cine, iconografía, iconología, hermenéutica, mitocrítica en el cine, estudios de cine comparado, series televisivas, narrativa secuencial, transmedia e intertextualidad. Contacto: ivan.pintor@upf.edu.

Manel Jiménez-Morales (Girona, 1978) es profesor de Comunicación en la Universitat Pompeu Fabra (UPF) y vicerrector de Transformación Educativa, Cultura y Comunicación. Licenciado en Comunicación Audiovisual (UPF) y en Teoría de la Literatura (UB), se doctoró en Comunicación Social (UPF). Jiménez-Morales ha sido profesor visitante en la Universidad de Oxford, la UCLA y el British Film Institute, y ha impartido docencia en diversas universidades internacionales. Sus líneas de investigación son la narrativa y estética audiovisual y los nuevos formatos educativos y culturales. Entre sus publicaciones destaca *Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media*. Contacto: manel.jimenez@upf.edu

Referencia de este artículo

López-Mármol, M; Pintor, I; Jiménez-Morales, M. (2023). Escoge tu aventura: Audiencias inmersivas. El caso de estudio de *Black Mirror: Bandersnatch. L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 35, 1-14.

recibido/received: 25.04.2022 | aceptado/accepted: 20.11.2022

Edita / Published by



Licencia / License



ISSN 1885-3730 (print) / 2340-6992 (digital) DL V-5340-2003 WEB www.revistaatalante.com MAIL info@revistaatalante.com