

ACCIONES TRANSMEDIÁTICAS PROPUESTAS DESDE EL UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DE *THE CONJURING*

SANTIAGO MARTÍN LÓPEZ DELACRUZ
Universidad de la República (Uruguay)
santiagolopezdelacruz@gmail.com

Recibido: 15-06-2020

Aceptado: 21-09-2020



RESUMEN

En la actualidad, las narrativas transmedia trastocan la forma en la que se interpretan los contenidos audiovisuales, posibilitando nuevas formas de interacción y consumo. Un ejemplo es la presencia de los universos cinematográficos expandidos, que han transformado en materia comunicacional y creativa los procesos de recepción fílmica. Dentro de lo fantástico, el cine de terror tiene relevancia al presentar una narrativa transmedia vigente y paradigmática: el universo cinematográfico de *The Conjuring*, que propone una serie de estrategias basadas en la cultura participativa y el conocimiento colectivo que potencian la experiencia transmediática. El artículo trata de detallar las estrategias transmediáticas de dicho universo que replantean la manera en la que se consume e interactúa con la producción fílmica, posibilitando nuevas experiencias de participación e interpretación dentro del cine de terror desde diversos lenguajes, medios y soportes.

PALABRAS CLAVE: cine de terror, cultura participativa, conocimiento colectivo, narrativas transmedia, universo cinematográfico.

TRANSMEDIA ACTIONS PROPOSED FROM THE CINEMATOGRAPHIC UNIVERSE OF *THE CONJURING*

ABSTRACT

Currently, transmedia narratives disrupt the way in which audio-visual content is interpreted, enabling new forms of interaction and consumption. An example is the

presence of expanded cinematographic universes, which have transformed the processes of film reception into communicational and creative matter. Within the fantastic, horror cinema is relevant by presenting a current and paradigmatic transmedia narrative: the cinematographic universe of *The Conjuring*, which proposes a series of strategies based on participatory culture and collective knowledge that enhance the transmedia experience. The article tries to detail the transmedia strategies of this universe that rethink the way in which film production is consumed and interacted with, enabling new experiences of participation and interpretation within horror cinema from different languages, media and supports.

KEYWORDS: horror cinema, participatory culture, collective knowledge, transmedia narratives, cinematographic universe.



LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN EL ÁMBITO COMUNICACIONAL ACTUAL

La presencia de la nueva cultura digital dentro de los diversos espacios de comunicación e interacción actuales ha transformado, en materia creativa, los procesos de participación en los grandes medios tradicionales, como es el caso del cine o la televisión. El auge de las narrativas transmedia ha generado un aumento considerable de la producción de contenidos audiovisuales que permiten diversificar el consumo y la recepción de los productos, posibilitando una mayor explotación de diversas estrategias que involucran varios aspectos: lo discursivo, lo económico, lo cultural, entre otros factores. A nivel narrativo, técnico y estético, el formato transmediático abre un contexto multiforme, en donde se fomenta la creación, consumo y participación de diversos contenidos audiovisuales dentro de una red de creatividad, tanto individual como colectiva, en donde se multiplican los usos y aplicaciones de los distintos soportes y lenguajes de los medios de comunicación.

Según Jenkins «La narración transmediática se refiere a una nueva estética que ha surgido en respuesta a la convergencia de los medios, que plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimientos. La narración transmediática es el arte de crear mundos» (2008: 31).

Es importante comprender lo transmediático como un tipo de interacción que se basa en tres aspectos centrales: la convergencia de los medios de

comunicación, la cultura participativa por parte de sus usuarios y el conocimiento colectivo que se genera desde su uso y práctica en comunidad.

La presencia de la convergencia permite que distintos medios actúen desde su posición presentando sus propios contenidos según su soporte y lenguaje, en una realidad donde en vez de fragmentar se propone converger: en lugar de dividir el contenido en múltiples fuentes de interacción, se plantea una línea estética y narrativa a la cual seguir, y desde la que cada medio puede realizar su aporte correspondiente. Como expresa Scolari (2013: 25):

[C]uando se hace referencia a las NT no estamos hablando de una adaptación de un lenguaje a otro (por ejemplo del libro al cine), sino de una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes. De esta manera el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción.

Las narrativas transmedia permiten expandir el mundo sin fraccionarlo, posibilitando una estrategia de narración global que abarca diferentes recursos de los universos de ficción. Esta narración, al provenir desde diferentes medios, genera diversos focos de creación e interacción de los usuarios, que pasan de ser meros consumidores de los productos que receptan a agentes creacionales de los mismos. De este modo estamos frente a lo que se denomina cultura participativa, en donde «[l]a industria del entretenimiento se enfrenta a un tiempo en que los usuarios no solamente retroalimentan el trabajo de productores y guionistas, sino que contribuyen en la fase de gestación de nuevos proyectos, aportando muchas veces el material de base para su realización» (Cappello, 2016: 40).

La cultura de la participación es un elemento central de las narrativas transmedia, ya que permite que la línea narrativa del producto no solo se vea plasmada en diferentes medios que convergen con una temática en común, sino que dicha convergencia requiere de la colaboración de múltiples usuarios para convertirlo en una gran narración global, que permita enriquecer el producto y generar diversos focos de conocimiento e información sobre el mismo. Dicho proceso de creación de conocimiento e información es lo que se denomina en el mundo digital *inteligencia colectiva*, «un lugar en donde las personas participan directamente en la creación y recreación de la misma; una cultura creativa de experiencia activa que genera un feedback de gran interés, permitiendo así enriquecer la actividad comunicativa» (Ruíz Martín y Alcalá Mellado, 2019: 109).

Por lo tanto, las narrativas transmedia se plantean como una estrategia donde una historia puede desarrollarse desde distintos medios de comunica-

ción (cine, televisión, plataformas digitales, redes sociales, libros, cómics), desde diversos soportes (una película, una serie televisiva, un video digital, un post social compartido, un libro o cómic en formato papel o digital) y desde diversos lenguajes (audiovisual, visual, verbal, literario, escrito o una mezcla de varios), en el que cada texto genera un tipo de contribución específico, a nivel de contenido y de forma, que posibilita dos elementos: por una parte, que los consumidores asuman una posición activa (transformándose en usuarios), y por otra parte, que dicha posición activa plantee instancias de intercambio de información y conocimiento colectivo.

LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA DESDE UN PUNTO DE VISTA TEXTUAL

Las instancias de conocimiento colectivo requieren, por parte de los usuarios, de una lectura constante de los contenidos de las narrativas transmedia, que pueden entenderse como textos que circulan en diversas instancias de interpretación, que poseen su propia estructura y funcionamiento, pero que permanentemente se encuentran relacionados con otros textos dentro de múltiples coyunturas de recepción.

Según Kinder, cualquier texto individual puede formar parte de un discurso cultural más amplio, por lo que debe leerse no solo con relación a otros textos, sino también vinculado a sus diversas estrategias textuales y supuestos ideológicos (1991: 2). Dicha relación se denomina *intertextualidad*,¹ y especifica que frecuentemente un texto se relaciona con otro texto dentro de una instancia comunicacional, haciendo que sus contenidos puedan retroalimentarse en conjunto de forma distinta a la generada en sus actuaciones individuales.

La idea de intertextualidad nos permite entender que, al momento de analizar las narrativas transmedia, se pueden tomar dos perspectivas: una de carácter expansivo, referida a la expansión de los universos narrativos, y otra de carácter comprensivo, referida a los productos que tienen lugar en un sistema transmedia pero no afectan lo narrativo (Montoya *et al.*, 2013: 147). En el primer caso, las narrativas transmedia se ven afectadas, precisamente, al ser modificadas, ampliadas o mantenidas en lo que intentan narrar. En el segun-

1 El concepto de intertextualidad fue acuñado por Julia Kristeva a partir del trabajo sobre la obra de Mijaíl Bajtín, y en especial, su concepto de *dialogismo*. Posteriormente, y desde un punto de vista narratológico, Gérard Genette trabaja la intertextualidad definiéndola como una «relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro» (1989: 9).

do caso, las narrativas transmedia no sufren cambios en lo narrativo, pero si pasan a formar parte de un sistema mayor, al incluir factores en la circulación, distribución y consumo de lo que se narra, pero que no trastocan el contenido transmediático en sí mismo.

Siguiendo el concepto de intertextualidad, podemos acudir a un segundo término, para entender la idea del eje de la expansión transmediática. Nos referimos al concepto de *paratextualidad*,² que implica la presencia de múltiples complementos que no están en el texto principal, pero que ayudan a reforzar algún aspecto simbólico de su sentido. Mientras que lo intertextual plantea que el texto principal habite y dialogue con otros textos en un campo de sentido, lo paratextual se plantea como contenido complementario al texto principal con el único fin de aportar más información y organización, pero no para modificar su contenido.

Un ejemplo de expansión transmediática dentro de la paratextualidad pueden ser, en relación con el cine, los *teasers* y *trailers* o los foros de discusión creados por seguidores de determinada película, que no afectan su contenido narrativo pero poseen incidencia dentro de la información que se pueda tener de la obra. Los paratextos rodean los textos, las audiencias y la industria, y son una parte orgánica y natural de los medios de comunicación, a tal de punto de que si se imagina un triunvirato del texto, la audiencia y la industria como las tres bases de la práctica mediática, los paratextos llenan el espacio entre ellos, condicionando pasajes y trayectorias que atraviesen el paisaje mediático, y negociando las diversas interacciones que allí se puedan suscitar (Gray, 2010: 23).

Las narrativas transmedia se deben entender principalmente dentro de un eje diegético, de modificación de los contenidos, y no como un cúmulo de productos generados alrededor de un universo narrativo desde un eje paratextual, que igualmente no deja de ser importante dentro de los procesos comunicacionales. Sin embargo, toda narración transmediática se encuentra constituida únicamente por aquellos textos que se ubican en el eje diegético y que, al entrar en relación con el eje paratextual, dan lugar a un sistema intertextual transmedia (Montoya *et al.*, 2013: 149-150).

2 El concepto de paratextualidad también es trabajado por Genette, en donde el texto mantiene una relación menos explícita y más distante que la intertextualidad, por medios de paratextos como: títulos, subtítulos, intertítulos, prefacios, advertencias, notas, prólogos, epílogos, ilustraciones, entre otros, que son accesorios y procuran la búsqueda de un entorno al texto central (1989: 11-12).

NARRATIVAS TRANSMEDIA, UNIVERSOS CINEMATOGRAFICOS Y CINE DE TERROR

En relación con las narrativas transmedia, el siglo *xxi* potenció el desarrollo de nuevas estrategias y formas de representación cinematográfica, marcadas por reglas económicas, lógicas de mercado y propuestas de interactividad que rompen esquemas con las narraciones tradicionales, apuntan de una forma directa a la experiencia del espectador y trastocan sus instancias de recepción e interpretación.

Uno de los casos de mayor relevancia dentro de las nuevas lógicas de representación cinematográfica tiene que ver con la llegada de los universos cinematográficos extendidos, también llamados *universos compartidos* o *narrativas seriales*, que propician la presencia de lo transmedia como el sustrato comunicacional más importante de su creación. Los universos cinematográficos extendidos están compuestos, principalmente, por una serie de películas con una lógica narrativa en común (en cuanto a trama, personajes y escenarios de la historia), que poseen una mínima continuidad en el relato, a cuyo universo se le pueden añadir cómics, videojuegos, series de televisión o web, en pos de establecer una franquicia multimodal con una línea narrativa subyacente.

Ejemplos famosos de universos cinematográficos de fantasía desde el punto de vista transmediático han sido la saga de *Matrix*, compuesta por tres películas, una película que contiene un recopilatorio de nueve cortometrajes relacionados narrativamente, cómics oficiales y no oficiales, y videojuegos; la saga de *Star Wars*, compuesta por un total de nueve películas, dos películas *spin-off*, múltiples cortometrajes y series de televisión relacionadas, cómics y videojuegos; o más recientemente, el *Universo Cinematográfico de Marvel*, compuesto por veintitrés largometrajes, múltiples series de televisión relacionadas, cómics y videojuegos.

Los universos cinematográficos extendidos pueden responder a la lógica de lo que se denomina «la era de la reproducción técnica, en la que la ficción no pretende constituir únicamente objetos únicos, sino que se apunta a una proliferación de relatos que operan en un universo de sedimentos, territorio experimental donde se prueban, y muchas veces se legitiman, un sinfín de estrategias de repetición» (Balló y Pérez, 205: 09). Es importante mencionar que dichas estrategias de repetición obedecen a maniobras desde un punto de vista industrial y económico, en pos de la generación de nuevos contenidos pero también de nuevas pautas de consumo alejadas de las tradicionalmente colectivas (como, por ejemplo, la exhibición en salas cinematográficas) y más

cercanas a lo individual (con la presencia de la televisión, las tecnologías digitales o los servicios de *streaming*).

En relación con los múltiples géneros cinematográficos, a lo largo de la historia los universos cinematográficos extendidos han tenido presencia en el cine de terror. Desde el año 1931 hasta 1951, Universal Pictures conectaba las adaptaciones fílmicas de *Drácula*, *Frankestein*, *The Invisible Man* o *The Wolfman* bajo la franquicia Universal Monsters, aunque no poseían una línea narrativa en su conjunto, sino que eran obras asociadas únicamente por la presencia de un elemento fantástico (vampiros, monstruos, etc.), sin compartir personajes o escenarios en más de una película.

Posteriormente, el cine del subgénero *slasher* tuvo una aislada línea narrativa compartida, iniciada con el final del filme *Jason Goes to Hell: The Final Friday* y consumada una década más tarde con *Freddy vs. Jason* (2003), que permitió unir a dos de los personajes más icónicos del cine de terror de los años 80 y 90: Freddy Krueger, villano protagonista de la saga *A Nightmare on Elm Street*, y Jason Voorhees, villano protagonista de la saga *Friday the 13th*.

Otros ejemplos menos conocidos de universos cinematográficos en el cine de terror corresponden a las realizaciones de serie B de la productora Full Moon Pictures (que incluyen los filmes *Demonic Toys*, *Puppet Master*, *Dollman* and *Bad Channels*) y a la película *Sadako vs. Kayako*, que integra líneas narrativas de dos de las sagas más importantes del cine de terror japonés reciente: *Ringu* y *Ju-on*.

A la luz de los antecedentes mencionados, el género del terror ha incurrido en los universos cinematográficos extendidos en un marco narrativo compartido a lo largo del tiempo, pero en su mayoría corresponden a casos aislados que establecen líneas en común únicamente como cierre de sagas o secuelas. En este sentido, la presencia de lo transmedial, sumado a la potenciación de la cultura participativa en Internet y la búsqueda de nuevas estrategias en el mercado cinematográfico permitieron que se empiece a generar una nueva orientación en el género, desde un punto de vista formal y técnico, pero a su vez en lo relacionado con el surgimiento de nuevas formas narrativas.

El estreno de *The Conjuring* abrió la puerta al desarrollo y la aplicación de estrategias basadas en lo transmediático, que incluye una saga cinematográfica de múltiples películas, cortometrajes, libros y otro tipo de recursos transmediales, además de la participación activa de los espectadores en la generación de nuevos contenidos que contribuyen a enriquecer a la propia saga en sí misma.

EL UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DE *THE CONJURING*

The Conjuring es la película que da inicio a la franquicia. Estrenada en Estados Unidos y Canadá el 19 de julio de 2013, bajo la producción de Warner Bros. Pictures y New Line Cinema, fue dirigida por James Wan y escrita por Chad Hayes y Carey W. Hayes. El filme, ambientado en el año 1971, relata la investigación realizada por el matrimonio de demonólogos Ed y Lorraine Warren, ante la supuesta presencia de una entidad maligna que está atemorizando la vida de la familia Perron en una granja ubicada en Providence, Rhode Island. Con un presupuesto de aproximadamente 20 millones de dólares, la película recaudó a lo largo de todo el mundo un total aproximado de 319 millones de dólares, convirtiéndose en la película de terror más taquillera de su año.³

En 2014 se estrenó el filme *Annabelle*, que funciona como precuela de *The Conjuring*. Ambientada en 1967, la película narra la historia del matrimonio Form. John le regala a Mia, su esposa embarazada, una muñeca antigua llamada Annabelle, quien rápidamente es poseída por un ente maligno de una secta satánica. La muñeca Annabelle ya había aparecido en la primera película del universo, aunque en un rol secundario en la trama. Dos años más tarde, en 2016, se estrena *The Conjuring 2: The Enfield Poltergeist*, ambientada en el año 1977, donde la pareja de demonólogos Ed y Lorraine Warren intentan ayudar a la familia Rogson, oriunda de la localidad de Enfield, Londres, del acoso de un posible ataque sobrenatural. En este filme es introducido el personaje de Valak, una entidad maligna que se materializa en la figura de una monja y que bloquea psicológicamente los poderes de clarividencia de Lorraine.

Posterior a la secuela, se realizaron tres películas que continuaron expandiendo la franquicia. En 2017 fue estrenada *Annabelle: Creation*, secuela del filme de 2014, que se desarrolla entre 1943 y 1955, centrándose en un orfanato para explicar el origen de la famosa muñeca. Hacia el final, la película da un salto de doce años a 1967, en donde conecta cronológicamente con el inicio del filme *Annabelle*. En 2018 vio la luz *The Nun*, centrada en el personaje de Valak (presentado en *The Conjuring 2: The Enfield Poltergeist*) y desarrollada en Rumania en 1952, cuando una monja de la Abadía de San Carta se suicida, mientras el Vaticano envía a un sacerdote y una novicia a investigar lo sucedido. En 2019 fue estrenada *Annabelle Comes Home*, tercera película de la saga paralela

3 Para un análisis de sus resultados en taquilla, visitar: <https://www.boxofficemojo.com/release/r13830089217/>.

de la muñeca, quien se encuentra bajo llave en el Museo del Ocultismo de los Warren, bendecida y con medidas de seguridad, pero que rápidamente se libera y encuentra un nuevo objetivo: Judy, la pequeña hija de los Warren.

Dentro del universo cinematográfico, también se agrega la película *The Curse of La Llorona*, que se conecta con la franquicia debido a una mínima referencia de *Annabelle*, en una escena donde un sacerdote, personaje ya visto en la película del 2014, comenta su experiencia pasada con el juguete. A su vez, para el año 2021 está previsto el estreno de *The Conjuring 3: The Devil Made Me Do It*, tercera entrega de la saga original, a la vez que se anuncia una secuela de *The Nun* y una película en etapa de desarrollo de producción sobre *The Crooked Man*, otro de los personajes secundarios introducidos en *The Conjuring 2: The Enfield Poltergeist*.

Entendiendo el cine como una «maquinaria que siempre funciona a un triple nivel: el de la industria, el de la reflexión psicológica y el de la actividad discursiva» (Metz, 2002: 19-29), es importante mencionar que el universo cinematográfico de *The Conjuring* actúa desde dichos niveles, ofreciendo películas que no necesariamente son secuelas, sino que se conectan con base en una cronología no lineal mucho más compleja, en donde ninguna película es continuación directa de su anterior sino que están interconectadas por múltiples referencias de otras películas de la franquicia.

Se evidencia que este cambio en el formato de producción (nivel industrial) y relación de los filmes (nivel de actividad discursiva) implica que el espectador esté mucho más atento al seguimiento de la línea narrativa propuesta en el universo (reflexión psicológica) y a las referencias que se construyen desde allí, no dejando que las películas se conformen únicamente como meras secuelas encadenadas. También se evidencia que cada película aporta contenidos recíprocos con películas precedentes o posteriores, por lo que se visibiliza de qué forma opera la intertextualidad en copresencia de dos o más textos que interactúan dentro de una narrativa común.

Como expresan Lipovetsky y Serroy, «en la actualidad se encuentran trastocadas todas las dimensiones del mundo cinematográfico: la creación, la producción, la promoción, la distribución y el consumo» (2009: 22). Al verse modificadas todas las áreas referentes a la creación cinematográfica, la participación del espectador pasa a ser clave dentro de dicha mutación. La creación de los filmes, al igual que su consumo, no es unidireccional sino que se plantea desde una arista más participativa en donde la interacción con el producto es mucho más personalizada y las estrategias intertextuales plantean vínculos de sentido hacia el espectador.

Hasta el momento, y según lo mencionado en la descripción de la franquicia cinematográfica de *The Conjuring*, no se ofrece una participación transmedial de los espectadores, ni tampoco su universo es expandido a otros medios más allá del cine. Sin embargo, ya podemos observar un primer indicio de atención a los consumidores de la saga mediante una operación puramente intertextual, presentando una serie de películas que son estrenadas con regularidad, que poseen una línea narrativa más compleja que la propuesta en una serie de secuelas y que necesitan de la atención de los espectadores para evidenciar las conexiones a nivel de personajes, acciones y hechos del relato. Se demuestra que, en la actualidad, «el espectador se comporta cada vez más como un usuario y que hemos pasado de lo no conversacional de la experiencia narrativa a la búsqueda de respuestas por parte de la audiencia» (Cappello, 2016: 35).

RECONOCIENDO LO TRANSMEDIÁTICO DESDE LO LITERARIO

La primera película de la franquicia de *The Conjuring* planteó una estrategia de marketing publicitada como una historia basada en hechos reales de las experiencias y testimonios de Ed Warren, demonólogo reconocido por la Iglesia Católica, y Lorraine Warren, médium y clarividente profesional. Sin embargo, el primer filme se basa en los tres volúmenes de *House of Darkness*, *House of Light: The True Story*, publicados en 2011, 2013 y 2014 respectivamente por la editorial Authorhouse, que fueron escritos por Andrea Perron, hija del matrimonio de Roger y Carolyn Perron, dueños de la casa ubicada en Harrisville, Rhode Island, donde transcurren los hechos sobrenaturales. El libro relata tanto los sucesos paranormales acontecidos como el accionar de los Warren para hacer frente a la entidad causante de dichos fenómenos.

Según Cappello (2016: 34), «en adaptaciones tradicionales de la literatura al cine, más allá de los cambios propios que supone pasar de un soporte a otro, la historia permanece sin presentar elementos nuevos, ya que una película derivada de un libro original narrará esencialmente lo mismo». Se puede decir que la primera película establece una adaptación que respeta lo propuesto en el libro en términos de estructura narrativa al tomar elementos de la historia original basada en hechos reales para generar nuevos filmes. En el caso del primer filme de *The Conjuring*, basándose en el libro de Perron, la adaptación respeta los personajes, hechos y temas del libro, al basarse en hechos reales. Sin embargo, a medida que el universo se empieza a expandir, nos encontramos con películas que, sin ser adaptaciones literarias, continuamente

referencian a la adaptación original, es decir, a la primera película. Tal es el caso de *Annabelle: Creation* y *The Nun*, que explican los orígenes de los personajes aparecidos en las dos entregas de *The Conjuring* sin necesidad de basarse en hechos reales, ofreciendo una narrativa basada puramente en la ficción, que mantiene referencias constantes a las otras películas del universo, y en la construcción de un mundo ficticio.⁴

Siguiendo a Klastrop (2004), cuando un mundo se presenta en una nueva forma transmediática, las cuestiones de fidelidad hacia la obra original también son importantes puesto que cualquier instanciación de un mundo transmedia debe ser fiel al escenario y la historia originales del universo. El origen de la muñeca Annabelle en la película mencionada se remonta a 1943, donde el fabricante de muñecas Samuel Mullins, tras perder a su hija en un fatídico accidente, realiza un pacto con una entidad maligna para seguir comunicándose con ella. En el caso de *The Nun*, la película se basa en Valak, una entidad maligna cuyo origen se remonta a la Edad Media, y que puede profanar y poseer a miembros de la Iglesia Católica, ya sean monjas, clérigos o fieles, cuyo último ataque ocurre en una comunidad religiosa rumana de mediados de la década de los 50.

Ninguno de los dos orígenes remite a hechos verídicos, sino que la trama de ambas películas se interconecta mediante estrategias ficcionales, como las escenas poscréditos, que logran expandir el universo presentado en la película y el libro original. En contraposición a las adaptaciones tradicionales, «existe un tipo de narrativa donde la historia logra expandirse, generando nuevo material sin perder coherencia y conservando elementos distintivos como pueden ser el argumento, los personajes o las atmósferas» (Cappello, 2016: 34). Esto es lo que se denomina *narrativa transmedia*, y ya aparece de lleno en las primeras etapas de conformación del universo de *The Conjuring*. Hay un cambio de medio (del libro de Andrea Perron al filme de James Wan) y de soporte (de la palabra escrita a la imagen cinematográfica), donde al principio la esencia sigue siendo la misma (una adaptación) aunque rápidamente la aparición de nuevas películas deja de lado la adaptación basada en hechos reales para centrarse en narrativas intrínsecamente ficcionales, que remiten a la adaptación original pero con personajes y sucesos creados desde la ficción.

4 Aquí también es importante hacer una diferenciación entre *crossmedia* y *transmedia* como estrategias narrativas. Mientras que las *crossmedia* desarrollan distintas partes de una historia en distintas plataformas, las *transmedia* desarrollan distintas historias que forman una misma historia en distintas plataformas, por lo que se entiende que toda narrativa *transmedia* es en principio *crossmedia*, pero no toda producción *crossmedia* llega a ser necesariamente *transmedia* (Montoya et al., 2013: 146).

Otro ejemplo vinculado a la relación cine-literatura que fue trastocada por la perspectiva transmediática tiene que ver con una serie de seis libros coescritos por Ed y Lorraine Warren junto a diversos investigadores de lo paranormal, donde se recogen experiencias y testimonios acerca de hechos sobrenaturales que marcaron su labor. La serie consta de los siguientes títulos: *The Haunted* (1988), *Ghost Hunters* (1989), *Satan's Harvest* (1990), *Werewolf* (1991), *Graveyard* (1992) e *In a Dark Place* (1992), editadas por St. Martin's Paperbacks, y de los que algunas historias aparecen materializadas en las dos entregas de *The Conjuring*.

Tras el estreno de la primera película, en el año 2014 la serie de seis libros volvió a ser reeditada, tanto en formato papel como digital, bajo el título «Ed & Lorraine Series», con el agregado de que cada libro fue promocionado, ya desde su portada, como: «Los acontecimientos reales de los demonólogos cuyas investigaciones han inspirado la película de *The Conjuring*». Aquí, nuevamente, se ven transformadas las condiciones de consumo del material literario, ya que lo que en un principio era una serie de libros con testimonios reales sobre hechos paranormales de los Warren, tras el estreno de la primera película pasa a reconfigurarse como una táctica comercial para la venta de las nuevas ediciones dentro de la lógica de mercado.

Siguiendo los planteamientos del concepto de *cultura participativa* con relación a los usuarios de ambos materiales, el literario y el fílmico, más que reconocerlos como productores y consumidores mediáticos con roles por separado, podemos verlos como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas, puesto que «esta circulación de los contenidos mediáticos depende enormemente de la participación activa de quien los recibe e interpreta» (Jenkins, 2008: 15). Ya es imposible reconocer al material literario aislado de sus adaptaciones cinematográficas cuando incluso es publicitado desde esa perspectiva, por lo que nuevamente los lectores de los libros y los espectadores de las películas se plantean una interesante recontextualización sobre ambos medios cuando se encuentran interconectados.

INVITACIÓN A LA PARTICIPACIÓN TRANSMEDIAL

Según Lipovetsky y Serroy, «la transformación hipermoderna se caracteriza por afectar en un movimiento sincrónico y global a las tecnologías y los medios, a la economía y la cultura, al consumo y la estética, haciendo que el cine siga la misma dinámica» (2009: 22). Desde este punto, es oportuno convenir que las narrativas transmedia incitan una transformación desde diversas áreas de la

creatividad cinematográfica, posibilitando no solo el uso de nuevos recursos tecnológicos sino también generando nuevos espacios de participación colectiva desde una perspectiva del consumo, pero también estética y cultural.

Tras un primer indicio de transmedialidad ofrecida en las adaptaciones y recontextualizaciones que surgen de la relación entre cine y literatura, el universo cinematográfico de *The Conjuring* dio un nuevo paso hacia la consolidación de una cultura colectiva y una inteligencia participativa dentro de su franquicia, cuando en el mes de julio de 2017 lanzó el concurso *My Annabelle Creation Contest*,⁵ promocionando el estreno de la película *Annabelle: Creation*. Siendo iniciativa de Warner Bros. Pictures y del director James Wan, la competencia abrió un llamamiento para la filmación de cortometrajes de aproximadamente dos minutos de duración que temáticamente tuvieran relación con el universo desarrollado hasta ese momento por la franquicia. El premio final consistió en un viaje a Los Ángeles para poder reunirse con David F. Sandberg, realizador de *Annabelle: Creation*, y algunos ejecutivos de New Line Cinema, productora de la franquicia (Warner Bros. Pictures, 2017).

El concurso *My Annabelle Creation Contest* premió cinco cortometrajes que fueron seleccionados desde cinco países: *The Nurse* (Julian Terry, Estados Unidos), *The Confession* (Liam Banks, Reino Unido), *What's Wrong with Mom?* (Raúl Bribiesca, México), *Blund's Lullaby* (Amanda Nilsson y Magda Lindblom, Suecia) y *Almas inocentes* (Alejandro López, Colombia).⁶

La competencia permitió no solo realizar una convocatoria a nivel mundial para presentar cortometrajes relacionados con la temática, sino que también posibilitó que el universo cinematográfico se siga expandiendo por medio de las realizaciones premiadas, a la vez que instó a descubrir narrativas de diversas partes del mundo creadas principalmente desde lo amateur, fomentando una participación más colectiva desde y para la franquicia.

My Annabelle Creation Contest es una iniciativa marcadamente transmediática, donde la participación de realizadores y producciones ajenos a la franquicia la amplían a nivel temático y narrativo, donde el cambio de medio (del largometraje al cortometraje) y de soporte (de la exhibición cinematográfica a la exhibición digital) evidencia la necesidad del cine por adaptarse a nuevas plataformas de creación y distribución. Como expresa Cappello: «Hacer transmedia significa estar de acuerdo en dar una parte de la autoría y/o responsa-

5 Convocatoria que estuvo disponible en: <https://www.warnerbros.com/news/articles/2017/07/11/my-annabelle-creation-contest>.

6 Los cortometrajes se pueden visualizar públicamente en YouTube y se encuentran listados en el sitio web IMDb como parte de la franquicia de *The Conjuring*.

bilidad del desarrollo del relato a otro(s) actor(es) o narrador(es) con el fin de crear una narración con el fin de crear una narración que involucre a los distintos públicos del proyecto. Las acciones de los consumidores son fundamentales» (2016: 35).

Si bien podemos decir que la franquicia cinematográfica de *The Conjuring* se puede visionar sin necesidad del material que ofrecen los cortometrajes ganadores del concurso, no debemos quedarnos únicamente con cuestiones del contenido. Por el contrario, el espacio que se abre permite, por un lado, la cultura participativa, y por otro lado, el conocimiento colectivo.

Nos encontramos ante un pasaje del consumidor habitual de la saga a productor de contenidos para enriquecer la misma, un pasaje desde la recepción pasiva a la participación mediante la acción de la realización audiovisual. Este viraje da pie al concepto de *prosumidor* que, como apunta Scolari (2013: 70), son receptores que van más allá del consumo tradicional y se convierten en productores de nuevos contenidos.

Con la presencia de prosumidores, surge también el factor del *conocimiento colectivo*, ya que los cortometrajes ganadores se relacionan no solo narrativa sino técnicamente con la franquicia, explicitando un claro reconocimiento de los patrones estético-narrativos de la saga y expandiendo el universo cinematográfico con conocimiento de causa sobre su objetivo temático. Los prosumidores visibilizan una nueva actitud por parte de los consumidores mediáticos, puesto que ven como algo natural apropiarse de un contenido, modificarlo y volver a ponerlo en circulación con diversos tipos de intervenciones, tanto desde un punto de vista formal como narrativo (Scolari, 2013: 223).

Los cortometrajes toman elementos prestados de la franquicia madre, como por ejemplo realizar algunas alusiones a personajes icónicos de la saga (el de la monja de *The Nun* mediante la enfermera de *The Nurse*) o temáticas en común (los exorcismos y posesiones de todas las películas de la saga revisitados en *The Confession* y *What's Wrong With Mom?*). De este modo, el universo original expande nuevas aristas a nivel narrativo, al presentar temáticas y personajes relacionados con su concepto central, pero también enriqueciéndose de contenidos de diversas partes del mundo, como lo son las leyendas urbanas de tradiciones nórdicas en *Blund's Lullaby* o la presencia de leyendas latinoamericanas en *What's Wrong With Mom?* y *Almas inocentes*. En todos los cortos se observa la existencia de alguna temática común a *The Conjuring*, tales como posesiones demoníacas en seres humanos, objetos inanimados que cobran vida, lugares con maldiciones hereditarias y hostigamiento realizado por entidades de origen sobrenatural.

Los prosumidores evidencian también el tránsito de una cultura de solo lectura (*read only lecture*) a una cultura de lectura y escritura (*read & write culture*), que «genera una revolución cultural de la nueva cultura digital, principalmente en aquellos que emplean las nuevas tecnologías como medios creativos del procomún, rompiendo con el cariz individualista del sistema heredado» (Ruíz Martín y Alcalá Mellado, 2019: 108-109).

CONTENIDOS COMPLEMENTARIOS AL UNIVERSO CON BASE EN LO TRANSMEDIAL

Las narraciones transmedia representan «un proceso en el que los elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de entrega con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada» (Jenkins, 2007). Desde esta perspectiva, el universo de *The Conjuring* también ha estado presente principalmente en aras del entretenimiento, pero potenciando en paralelo los recursos transmediáticos con base en tres aspectos: promoción de material complementario a la franquicia, difusión de experiencias de entretenimiento y un surgimiento de espacios de información e intercambio de los propios fanáticos del universo.

Con relación a la promoción de material complementario a la franquicia, previo al estreno de la primera película, fue presentado en el canal oficial de Warner Bros. Pictures el cortometraje documental *The Devil's Hour*,⁷ en donde Lorraine Warren y otros investigadores de hechos paranormales son entrevistados para comentar algunos de los sucesos sobrenaturales que ocurren en la película. El video, que posee una duración aproximada de apenas 4 minutos, posee alrededor de novecientas mil visualizaciones desde su fecha de subida, el día de 17 de julio de 2013, un par de días antes del estreno de la película original (Figura 1).

The Devil's Hour permitió generar, por un lado, material de visionado complementario para el público masivo, pero también propuso conocer rasgos de la historia no explicados en el argumento general de la película, así como también dar a conocer a los protagonistas reales de los hechos descritos en el filme. Se la reconoce entonces como una estrategia paratextual, que no forma parte de la narrativa común pero que aporta información complementaria para el entendimiento de la franquicia.

⁷ Contenido disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=-EHcSDuBQ9A>.

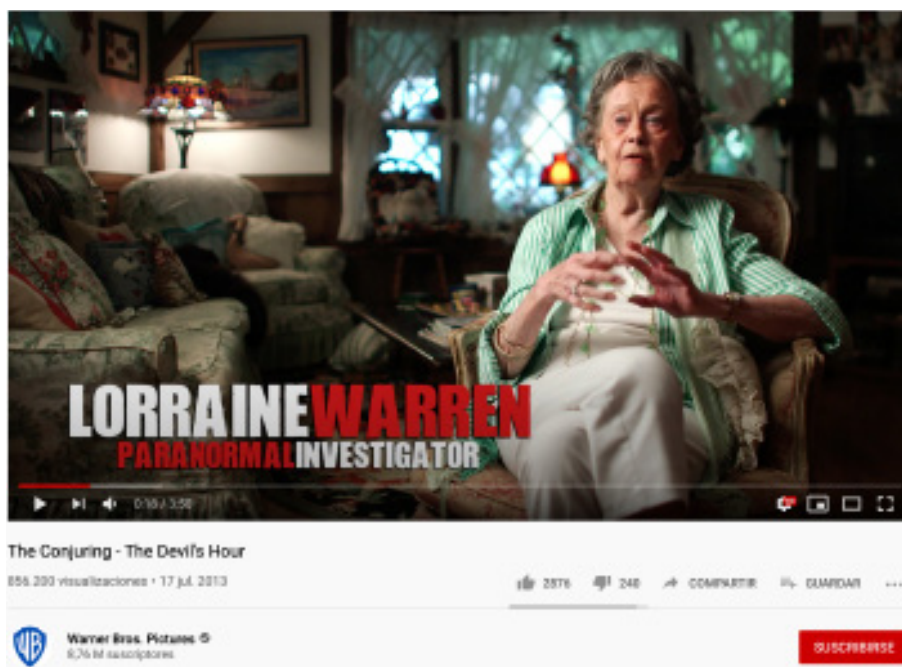


Figura 1. Captura de pantalla del documental *The Devil's Hour*, disponible en el canal oficial de Warner Bros. Pictures en YouTube.

Como expresa Jenkins, «una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad» (2008: 101). En el caso del mencionado documental estrenado previamente a la película, se trata de un texto que propone una contribución específica (un reportaje a Lorraine Warren, protagonista de la historia real) que mantiene la promoción de la película como «basada en hechos reales», explorando múltiples plataformas (el documental fue exhibido en YouTube pero también desde el Facebook oficial de la película) y permitiendo llegar a un público mucho más amplio que el estrictamente cinematográfico.

Otro de los elementos con los que la franquicia ha podido enriquecer su universo cinematográfico desde una postura paratextual tiene que ver con una doble vía de alcance con el público: la vía del entretenimiento, en donde la participación del usuario es activa, y la de la publicidad, desarrollando nuevas estrategias de llegada a la audiencia.

Previo al estreno de tres de las películas del universo, Warner Bros. Pictures lanzó en su canal oficial de YouTube una serie de videos en formato

360 con experiencias basadas en realidad virtual (Figura 2). En mayo de 2016, tres semanas antes del estreno de *The Conjuring 2: The Enfield Poltergeist*, fue estrenado el video *The Conjuring 2 - Experience Enfield VR 360*;⁸ en julio de 2017, tres semanas antes del estreno de *Annabelle: Creation*, fue estrenado el video *Annabelle: Creation VR - Bee's Room*;⁹ y en agosto de 2018, tres semanas antes del estreno de *The Nun*, fue estrenado el video *The Nun: Escape the Abbey 360*.¹⁰ Se trata de una serie de videos inmersivos, creados en un formato panorámico que permite filmar en todas las direcciones al mismo tiempo.

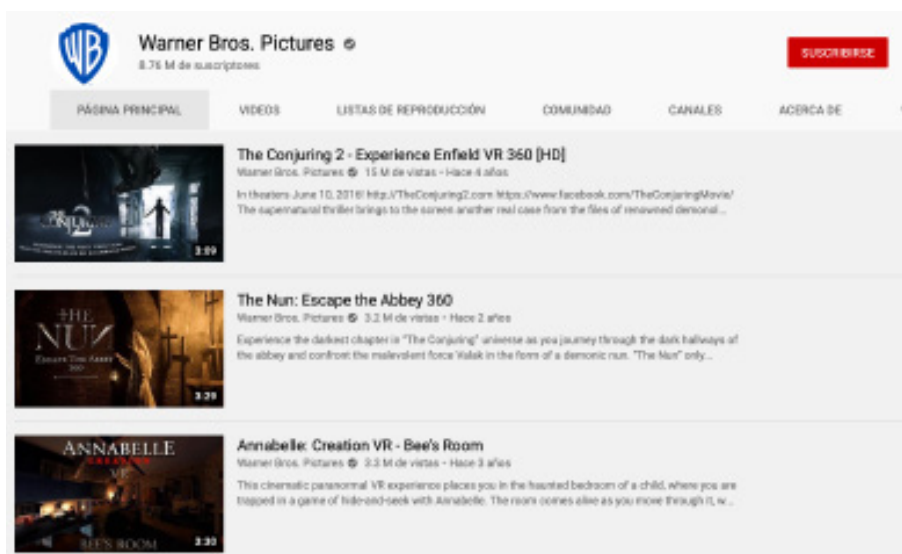


Figura 2. Captura de pantalla de los tres videos en formato 360, disponibles en el canal oficial de Warner Bros. Pictures en YouTube.

Quien participa del video se encuentra en una ubicación similar a la que aparecerá en la película correspondiente (la casa de Enfield, la habitación de la pequeña Annabelle o la abadía rumana) a través de una visión en primera persona en 360°. El video posibilita que el usuario participe de forma inmersiva y activa al ver en todas las direcciones posibles de la locación presentada, pudiendo moverse por sí mismo en los lugares propuestos en cada video.

Se está en presencia de lo que se denominan «minificciones de la realidad virtual, que se basan en la brevedad la narratividad y la ficcionalidad, y posibili-

8 Contenido disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=A6aRkhlqWuE&t>.

9 Contenido disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=OwX-YIAa8XQ&t>.

10 Contenido disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=evzsN1BGR6A&t>.

ta “las tres íes” de la RV: inmersión, interacción e imaginación» (Conde, 2019, 97-99). Cada video se desarrolla en aproximadamente dos a tres minutos de duración (brevedad), presentando una trama con un principio, desarrollo y final (narratividad) y que nacen de un interés marcado por presentar un universo no real (ficcionalidad). En los tres videos, se busca que el usuario se vea inmerso en la ficción presentada (por medio del recurso 360), que pueda interactuar y reconocer la trama presentada a nivel ficticio, y que se vaya imaginando los acontecimientos a medida que los va visionando en tiempo real, aunando de esta forma todas las posibilidades que pueden ofrecerse desde la Realidad Virtual.

Volviendo a lo planteado por Jenkins, cabe señalar que «una buena franquicia transmediática trabaja para atraer a múltiples públicos introduciendo los contenidos de una manera algo distinta en los diferentes medios» (2008: 102). Lo propuesto en esta serie de videos promocionales alienta tanto a mantener al público consumidor de la franquicia por medio de nuevos dispositivos de entretenimiento como también prevé un alcance de audiencia mucho mayor al embarcarse en el terreno de, por ejemplo, plataformas de distribución y consumo de contenidos audiovisuales como YouTube. Es importante detallar que «el recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula continuamente el consumo, provocando que la oferta de nuevos niveles de conocimiento y de experiencias refresquen la franquicia y mantenga una fidelidad en quien la consume» (Jenkins, 2008: 101).

Desde aquí, nuevamente el trabajo del universo de *The Conjuring* es desde una doble perspectiva: por un lado se fortalece la presencia del universo cinematográfico en diversas plataformas, al renovar el uso del lenguaje, del medio y del soporte pasando a las imágenes cinematográficas generadas desde la realidad virtual, y por otro lado, se instala una búsqueda de nuevas audiencias activas que se familiaricen con el universo presentado desde la interactividad, no solo incitando su consumo sino también generando experiencias de participación individual e inmersiva.

Por último, es importante mencionar la creación de diversos sitios en Internet que recogen información detallada del universo cinematográfico. Tal es el caso del sitio *The Conjuring Universe Wiki*,¹¹ que se presenta como una guía colaborativa sobre el universo de las películas de *The Conjuring* en donde cualquier usuario puede editar y contribuir con información relacionada a la saga. El sitio fue creado puramente por fanáticos de las películas de la franquicia, contando con cerca de 200 artículos y más de 450 archivos audiovisuales.

11 Puede visitarse en: https://theconjuring.fandom.com/wiki/The_Conjuring_Universe.

Con relación al papel de los fanáticos y los diversos mundos de ficción creados desde los medios masivos, Jenkins entiende que «[p]ara experimentar plenamente cualquier mundo de ficción, los consumidores deben asumir el papel de cazadores y recolectores, persiguiendo fragmentos de la historia a través de los canales mediáticos, intercambiando impresiones con los demás mediante grupos de discusión virtual, y colaborando para garantizar que todo aquel que invierta tiempo y esfuerzo logre una experiencia de entretenimiento más rica» (2008: 31).

Siguiendo el vínculo entre los fanáticos y los productos culturales, es adecuado hablar del concepto de *fandom*, término de origen anglosajón que nace de otro término: *fanatic kingdom* (reino-fan), y que hace alusión a aquellos «lectores que se apropian de los textos populares y los releen de una forma que sirve a diferentes intereses, como espectadores que transforman la experiencia de mirar la televisión en una cultura participativa rica y compleja» (Jenkins, 2010: 37). El *fandom* implica, más allá de una lectura del producto cultural, una apropiación del mismo, desde una subjetividad implícita que posibilita la identificación y la pertinencia dentro de una comunidad, en donde cada individuo que lee e interpreta el producto realiza su aporte desde una posición determinada y aceptada por el propio grupo de usuarios en el que se encuentra.

El sitio colaborativo de *The Conjuring* permite que cada usuario que considere posea información importante sobre el universo sea capaz que de compartirla con el resto de los usuarios, posibilitando, en un sentido, la creación de una comunidad basada en la cultura participativa, y en otro sentido, la conformación de un espacio que favorezca el desarrollo del conocimiento colectivo.

El establecimiento de una base de datos que recoja toda la información del universo permite que dicha información se vuelva dinámica y se mantenga actualizada a medida que el universo se continúa expandiendo. Dicho sitio posee, entre otros contenidos, una línea del tiempo que organiza de forma cronológica el universo (Figura 3), enlaces a posteos en redes sociales realizados tanto de forma oficial como por allegados a la saga (Figura 4) y perfiles actualizados de los personajes de cada filme (Figura 5). De este modo, el conocimiento colectivo se hace presente dentro de la creación de un sitio digital que promueve la participación en varios niveles, pero que también ayuda a que los consumidores de la franquicia continúen al pendiente de lo que la misma pueda ofrecer, en donde el contenido participativo es la clave para la construcción de dichos espacios de intercambio y reflexión de información.

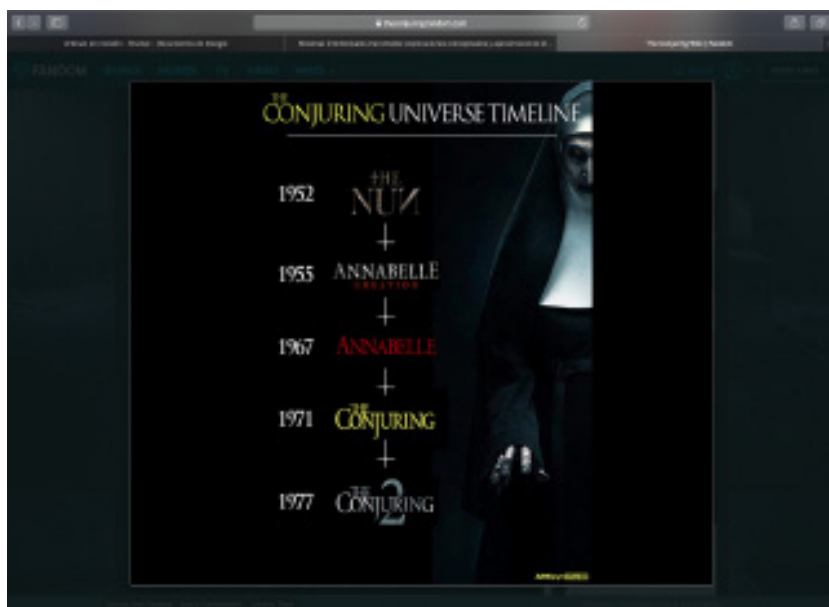


Figura 3. Captura de pantalla de la línea cronológica seguida por las películas de la franquicia. El orden temporal abarca hasta el año 2018, con el estreno de *The Nun*.

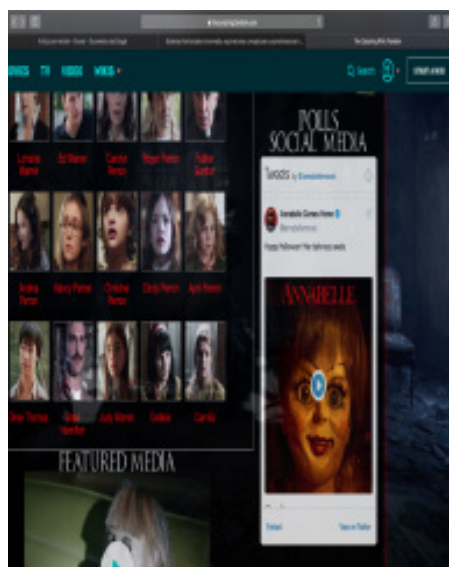


Figura 4. Captura de pantalla de un hipervínculo situado en la página. En este caso específico, la wikia repostea todos los contenidos que son publicados en Twitter a través del usuario @annabellemovie, con motivo del estreno de *Annabelle Comes Home*.

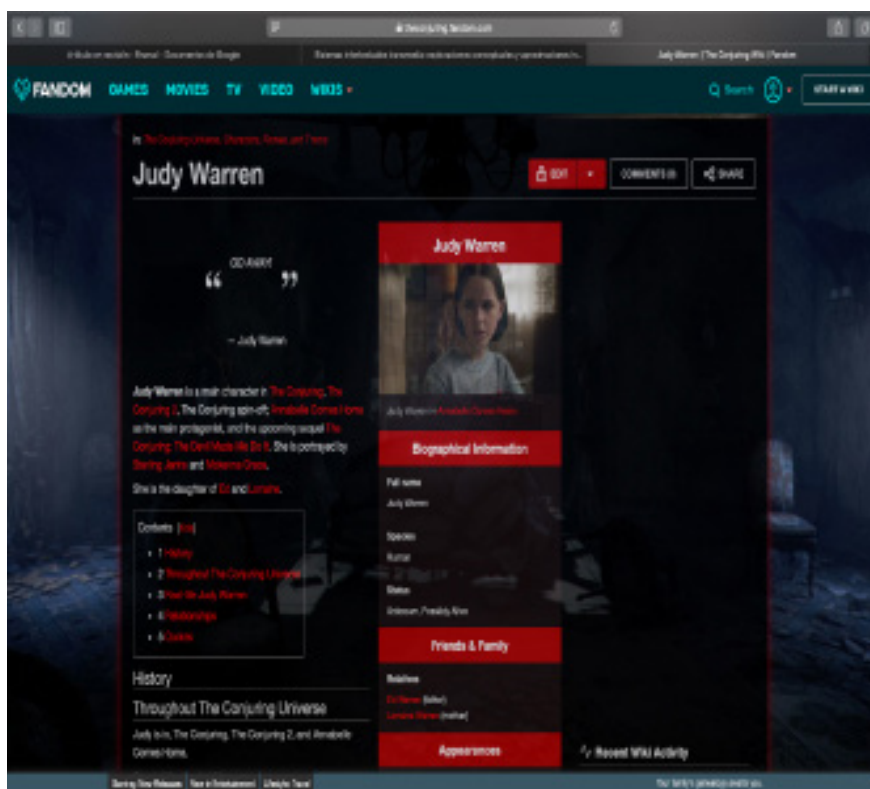


Figura 5. Captura de pantalla de la ficha de Judy Warren, uno de los personajes de la franquicia. El perfil posee, entre otras cosas, información biográfica e histórica del personaje, datos de sus apariciones en películas, relaciones con otros personajes de la saga y una selección de sus frases más importantes en la franquicia.

Para Harvey (2015), es fundamental concebir las múltiples formas en las que los fanáticos se relacionan con las franquicias, ya que permite, por un lado, entender de qué forma las franquicias se distribuyen y consumen por diferentes medios, pero también, cómo son aceptadas y reinterpretadas por los *fandoms*, para tratar de observar el alcance de las narrativas transmedia en términos de interacción sociocultural.

Desde la posición del conocimiento colectivo y la cultura de la participación, y ejemplificado a través del universo cinematográfico de *The Conjuring*, se puede observar cómo la presencia de los prosumidores y de los *fandoms* ha permitido resignificar las instancias de recepción e interpretación de las obras cinematográficas, volviéndose también estrategias paratextuales que suministran información de la franquicia sin modificar su contenido narrativo.

Formando parte de un espacio de apropiación y relectura por parte de diversas comunidades, la convergencia evidencia, más allá de cuestiones asociadas a lógicas de consumo, un importante rol cumplido por consumidores de las franquicias en términos culturales, que en ocasiones propician el intercambio, el debate y la reflexión sobre lo consumido, en un camino que se aleja de la simple relación producto-consumidor para hablar de un proceso de significación cultural y dialogal.

CONCLUSIONES

Como hemos observado, la franquicia cinematográfica de *The Conjuring* ha explicitado desde sus inicios una serie de estrategias que han posibilitado que el universo utilice los recursos que se ajustan a los parámetros que conforman las narrativas transmediáticas. Ya sea desde la relación dinámica, a nivel narrativo y creativo, entre el cine y la literatura, en la búsqueda de expandir el universo de los largometrajes hacia cortometrajes hechos por realizadores amateurs, o en la forma en la que se crea material complementario a la saga, experiencias de entretenimiento y espacios para los seguidores de la franquicia, *The Conjuring* y su serie de películas han tratado de instalar una búsqueda de participación e interacción con sus espectadores.

Sin obviar que el universo forma parte de un contexto económico afín a las reglas y las lógicas de la industria cinematográfica, es importante mencionar que las estrategias que se buscan desde la saga consolidan dos factores claves dentro de la conformación de toda narrativa transmedia: la cultura participativa y el conocimiento colectivo. Los espectadores pasan a transformarse en prosumidores, desarrollando una experiencia que no descansa únicamente en el visionado de las películas, sino que se ven alentados a la participación, interacción y reflexión de los contenidos generados desde la franquicia. A su vez, la presencia del *fandom* transparenta diversos mecanismos de identificación y subjetividades que se encuentran involucradas dentro del ámbito de la cultura, donde el sentido de la obra cinematográfica también deriva del contexto desde donde es leída, interpelada y entendida como producto cultural de gran alcance.

Las películas con las que hemos trabajado explicitan un uso de procedimientos a nivel comunicacional dentro de los universos cinematográficos del cine de terror que se reconocen también como operaciones intertextuales y paratextuales. Si bien es cierto que hubo ocasiones puntuales en donde el cine de terror planteó la idea de universos compartidos, por medio de secue-

las o películas en conjunto, desde el universo de *The Conjuring* se ha prestado una atención especial a los contenidos de distintos medios, lenguajes y soportes digitales, no solo para incrementar el potencial narrativo de la franquicia, sino también para generar experiencias tanto individuales como colectivas con los usuarios y consumidores de la propia franquicia.

BIBLIOGRAFÍA

- BALLÓ, Jordi, y Xavier PÉREZ (2005): *Yo ya he estado aquí: Ficciones de la repetición*, Anagrama, Barcelona.
- CAPPELLO, Giancarlo (2016): «El cine en el horizonte transmedia: entre la franquicia y el dispositivo de narración», *Contratexto*, núm. 26, pp. 33-46, disponible en: <<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/718/1349>> [Consultado: 14/06/2020].
- CHAVES, Michael (dir.) (2019): *The Curse of La Llorona*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / Atomic Monster Productions / Emile Gladstone Productions, Estados Unidos.
- CONDE, María Solan (2019): «Microrrelato y virtualidad: empleo de los mecanismos de la minificción en la Realidad Virtual», *Microtextualidades. Revista Internacional de microrrelato y minificción*, núm. 6, pp. 95-102, disponible en: <<https://revistas.uspceu.com/index.php/microtextualidades/article/view/155/148>> [Consultado: 14/06/2020].
- DAUBERMAN, Gary (dir.) (2019): *Annabelle Comes Home*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / Atomic Monster Productions / The Safran Company, Estados Unidos.
- GENETTE, Gérard (1989): *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Taurus, Madrid.
- GRAY, Jonathan (2010): *Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*, New York University Press, Nueva York.
- HARDY, Corin (dir.) (2018): *The Nun*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / Atomic Monster Productions / The Safran Company, Estados Unidos.
- HARVEY, Colin (2015): *Fantastic Transmedia. Play and Memory Across Science Fiction and Fantasy Storyworlds*, Palgrave Macmillan, Hampshire.
- JENKINS, Henry (2007): «Transmedia Storytelling 101», *HenryJenkins.com*, disponible en: <http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html> [Consultado: 14/06/2020].
- (2008): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.
- (2010): *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*, Paidós, Barcelona.
- KINDER, Marsha (1991): *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, University of California Press, California.

- KLAstrup, Lisbeth, y Susana Tosca (2004): «Transmedial Worlds: Rethinking Cyberworld Design», *2004 International Conference on Cyberworlds*, pp. 409-416, disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/4109310_Transmedial_worlds_-_Rethinking_cyberworld_design> [Consultado: 13/09/2020].
- LEONETTI, John R. (dir.) (2014): *Annabelle*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / RatPac-Dune Entertainment / Atomic Monster Productions / The Safran Company, Estados Unidos.
- LIPOVETSKY, Gilles, y Jean SERROY (2009): *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Anagrama, Barcelona.
- METZ, Christian (2001): *El significante imaginario*, Paidós, Barcelona.
- MONTOYA, Diego Fernando, Mauricio VÁSQUEZ ARIAS y Harold SALINAS ARBOLEDA (2013): «Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas», *Revista Co-herencia*, vol. 10, núm. 18, disponible en: <<http://www.scielo.org.co/pdf/cohe/v10n18/v10n18a05.pdf>> [Consultado: 13/09/2020].
- RUIZ MARTÍN, José, y José ALCALÁ MELLADO (2016): «Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab», *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, vol. 14, núm. 1, pp. 95-122, disponible en: <<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/904>> [Consultado: 14/06/2020].
- SANDBERG, David F. (dir.) (2017): *Annabelle: Creation*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / Atomic Monster Productions / The Safran Company / RatPac-Dune Entertainment, Estados Unidos.
- SCOLARI, Carlos A. (2013): *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*, Deusto-Grupo Planeta, Barcelona.
- WAN, James (dir.) (2013): *The Conjuring*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / The Safran Company / Evergreen Media Group, Estados Unidos.
- (dir.) (2016): *The Conjuring 2: The Enfield Poltergeist*, Warner Bros. Pictures / New Line Cinema / The Safran Company / Atomic Monster Productions, Estados Unidos.
- WARNER BROS. PICTURES (2017): «“My Annabelle Creation” Contest», en www.warnerbros.com/news/articles/2017/07/11/my-annabelle-creation-contest [Consultado: 14/06/2020].