



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

**Mundos en Convergencia: Una exploración de Propuestas Interactivas lúdicas y artísticas
para la creación en la web**

Estefanía Hoyos Orozco

Monografía presentada para optar al título de Maestro en Artes Plásticas

Asesora

Isabel Cristina Restrepo Acevedo, Doctora (PhD) en Artes

Profesora Titular, Universidad de Antioquia

Universidad de Antioquia

Facultad de Artes

Artes Plásticas

Medellín, Antioquia, Colombia

2024

A mi amada familia que me dio su apoyo todo este tiempo y soportó que le leyera el mismo párrafo trescientas veces.

A mi querida asesora, que vio potencial en mis ideas y me estuvo guiando en cada paso del camino, aunque estuviera al otro lado del mar.

A mis amigos, a Cami, Dani y a Harol, y sus mensajitos llenos de ánimo.

A todas las personitas que, aún sin conocerme irl, estuvieron ahí para mandarme energías

Y a ti, querido lector, que viendo este texto decidiste darle una oportunidad.

Gracias.

Resumen

El objetivo de esta Investigación es ofrecer un Inventario de Herramientas conceptuales, estéticas y formales para aquellos artistas contemporáneos que deseen desarrollar propuestas interactivas dentro del Internet, involucrando a públicos tanto artísticos como no artísticos a través de dinámicas lúdicas.

Para lograr este objetivo, se analiza un número de propuestas interactivas de dos Universos de Investigación de forma independiente, recolectando información cuantificable mediante la Metodología de Análisis de Contenido y comparando luego la información recopilada, tanto de forma estadística como cualitativa. A través de este análisis cruzado de información, la Investigación logra aislar una lista de Herramientas que luego es elaborada y detallada de forma que el creador pueda utilizarla para elegir entre un rango de posibilidades creativas que han demostrado, a lo largo de la Investigación, ser de relevancia.

Algunos ejemplos de estas Herramientas son, la exploración de conceptos relacionables a una audiencia no artística, tales como los pertenecientes a la experiencia humana; el uso de referencias en la identidad visual de la propuesta interactiva; la utilización de las redes sociales para fomentar la interacción activa del público y la financiación de la propuesta por parte de dicho público a través de sistemas de micro mecenazgo.

Los hallazgos de esta Investigación confirman que hay múltiples herramientas ya utilizadas por el contexto artístico que aún son pertinentes en el desarrollo de nuevas propuestas Interactivas en el Internet, así como herramientas utilizadas en la Web que aún no han sido exploradas por artistas contemporáneos de forma tan profunda.

Otros descubrimientos valiosos de esta Investigación incluyen la importancia de que los artistas se involucren en espacios y dinámicas fuera del arte, espacios que pueden transformarse en lugares para crear arte interactivamente a futuro, así como la comprensión de cómo se construyen comunidades en la Web y como crear un ambiente para que estas prosperen puede ayudar al artista a atraer a un público participativo que desee involucrarse con sus propuestas Interactivas.

Debido a las limitaciones y Naturaleza de esta Investigación hay múltiples preguntas que quedan abiertas a Investigaciones o Actualizaciones futuras. Una de estas preguntas es la necesidad de una Herramienta o Sistema que permita a un artista medir el Impacto de su trabajo tanto en el Internet

como en el contexto artístico, y que esta pueda ser comparada con las mediciones de otras obras de distinta naturaleza.

Abstract

The aim of this Investigation is to offer an Inventory of conceptual, aesthetic and formal Tools for Contemporary artists who wish to develop Interactive Proposals on the Internet, engaging both artistic and non-artistic publics through Play Dynamics.

To achieve this objective, this Investigation analyzes a number of Interactive Proposals from two Investigation Universes independently, collecting quantifiable data through the Content Analysis Methodology and then comparing the compiled information in both statistical and qualitative ways. Through this cross-analysis of data, the Investigation isolates a list of Tools that is later elaborated and detailed so the creator can use it to choose from a range of creative possibilities that have proven, throughout the Investigation, to be relevant.

Some examples of these Tools are the exploration of concepts relatable to a non-artistic audience such as those belonging to the Human Experience; the use of references in the Visual Identity of an Interactive Proposal; the usage of social media to encourage the active interaction of the public; and the financing of the Proposal by said public through systems of digital micro-patronage.

The findings of this Investigation confirm that there are multiple tools already used in the artistic context that are still pertinent in the development of new Interactive Proposals in the Internet, as well as some tools that are already used in the Web but have yet to be explored in greater depth by Contemporary artists.

Other valuable discoveries of this Investigation include the importance for artists to involve themselves with spaces and dynamics outside of art, which can develop into places to create art interactively in the future, as well as the understanding of how communities are built on the Web and how creating an environment for them to prosper can help an artist attract a participative public that wishes to engage with their Interactive Proposals.

Due to the limitations and Nature of this Investigation, multiple inquiries are left open for future Investigations and Updates. One such inquiry is the need for a Tool or System that allows an artist

to measure the Impact of their work both on the Internet and within the art context, and that can be compared with the measurements of other artworks of different nature.

Palabras Clave: Propuestas interactivas en Internet, propuestas artísticas interactivas, narrativas digitales, narrativas lúdicas, públicos del arte en Internet, Net.art, herramientas artísticas.

Key words: Interactive proposals on the Internet, interactive artistic proposals, digital narratives, play narratives, Internet art audiences, Net.art, artistic tools.

Tabla de Contenido

Capítulo 1: Introducción	13
1. Descripción General.....	13
2. Planteamiento del Proyecto.....	13
2.1. Antecedentes Personales	13
2.2. Justificación	18
2. Objetivos	20
2.1. Objetivo General.....	20
2.2. Objetivos Específicos.....	20
3. Metodología	20
3.1. Metodología de Análisis de Contenido	20
3.2. Selección de Contenido.....	21
3.3. Proceso de Análisis	22
3.4. Comparación de Resultados.....	24
3.5. Producción de Inventario	24
4. Estructura de la Investigación.....	25
Capítulo 2: Propuesta Conceptual y Marco Teórico.	27
1. Marco Teórico	27
1.1. Nuevos Medios, Lo Digital y El Internet.....	27
1.2. Narrativas Digitales Lúdicas en el Internet.....	30
1.3. Arte Contemporáneo Digital y en Internet.....	33
1.4. Propuestas Interactivas.....	40
Capítulo 3: Descripción Cualitativa de Propuestas Interactivas.	41
1. Descripción de las Propuestas Interactivas	41

1.1. Unidades de Análisis del Universo 1: NDLI (Narrativas Digitales Lúdicas en Internet)	41
1.2. Unidades de Análisis del Universo 2: ACDI (Arte Contemporáneo Digital en Internet)	65
2. Aparición de Nuevas Categorías de Investigación.....	81
Capítulo 4: Análisis Comparativo y Resultados Encontrados	82
1. Descripción de Categorías y Subcategorías	82
2. Hoja de Codificación	87
2.1. Universo 1: NDLI (Narrativas Digitales Lúdicas en Internet).....	88
2.2. Universo 2: ACDI (Arte Contemporáneo Digital en Internet).....	97
3. Análisis Comparativo.....	106
3.1. Premisa Conceptual.	106
3.2. Nivel de Abstracción del Concepto.....	107
3.3. Identidad Visual.	108
3.4. Estética Visual Dominante.	109
3.5. Tipo de Espacio Formal.	110
3.6. Modalidad de Acceso.....	111
3.7. Elemento Principal de Navegación.....	112
3.8. Uso de Personajes.	113
3.9. Tipo de Participación.	115
3.10. Uso del tiempo.	117
3.11. Financiación de la Propuesta.....	118
3.12. Impacto de la Propuesta.....	120
4. Conclusión del Análisis.....	121
Capítulo 5: Inventario de Herramientas para el Desarrollo de Propuestas Interactivas en la Web	122

1. Herramientas Conceptuales	123
1.1. Conceptos que Resuenen con el Público	123
1.2. Abordaje Indirecto del Concepto	124
2. Herramientas Estéticas.....	128
2.1. Construcción Referencial de una Identidad Visual	128
2.2. Construcción Propia de una Identidad Visual	129
2.3. Uso de Estéticas Visuales.....	130
3. Herramientas Formales	133
3.1. Uso de Redes Sociales como Espacio Formal	133
3.2. Uso de Páginas Web como Espacio Formal.....	140
3.3. Uso del Formato Serial o Sucesivo.....	143
3.4. Vehículo de Conexión entre Propuesta y Público	144
3.5. Utilización del Tiempo como Material para una Propuesta.....	145
3.6. Medios de Financiación por parte del Público.....	146
3.7. Medición de Alcance.....	148
Capítulo 6: Conclusiones	152
Glosario.....	155
Referencias.....	156
Referencias Figuras.....	160
Anexos	165

Listado de Figuras

Figura 1.(n.d) El viejo computador de mi infancia [Fotografía].....	17
Figura 2.(marzo 2024) Perfil de The Sun Vanished.....	41
Figura 3. (marzo 2024) Uso de respuestas en The Sun Vanished.	42
Figura 4. (marzo 2024). Perfil de Hi I'm Mary Mary 1.	44
Figura 5. (marzo 2024). Perfil de Hi I'm Mary Mary 2.	44
Figura 6. (marzo 2024). Uso de edición de imágenes en Hi I'm Mary Mary	45
Figura 7. (marzo 2024) Los monstruos de Hi I'm Mary Mary.....	46
Figura 8. (marzo 2024) Perfil de Facebook.	47
Figura 9. (marzo 2024). Uso de metáforas, referencias, pistas y acertijos en Petscop.	48
Figura 10. (marzo 2024). Falso documental que introduce a Crow 64.....	50
Figura 11. (marzo 2024). Material inventado por el creador de Crow 64 para el falso documental.	51
Figura 12. (marzo 2024). Perfil de Daisy Brown 1.....	52
Figura 13. (marzo 2024). Perfil de Daisy Brown 2.....	52
Figura 14 (marzo 2024). Caracterización de Daisy Brown mediante formas de escritura, anécdotas, tipo de publicaciones y comunicación con el público.	53
Figura 15. (marzo 2024). Ejemplo de uso de pistas en Daisy Brown.....	54
Figura 16. (marzo 2024). Ejemplo de publicaciones tipo influencer en I am Sophie.....	55
Figura 17. (marzo 2024). Ejemplo de pistas, acertijos y códigos en I am Sophie.....	56
Figura 18. (marzo 2024). Página Web de Welcome Home.....	57
Figura 19. (marzo 2024). Ejemplos de pistas ocultas en Welcome Home.....	58
Figura 20. (marzo 2024). Ejemplos de Mercancía ficticia de Welcome Home.	59
Figura 21. (marzo 2024) Perfil de The Mandela Catalogue.	60
Figura 22. (marzo 2024) La estética y elementos visuales de The Mandela Catalogue.	61
Figura 23. (marzo 2024). Sitio Web de SCP Foundation.....	62
Figura 24. (marzo 2024) Ejemplo de entradas SCP (SCP-1762, SCP-1233 y SCP-049).....	63
Figura 25. (marzo 2024) público interactuando con Text Rain.	65
Figura 26. (marzo 2024). Ejemplos de Exposiciones diversas en Borderless.	67
Figura 27. (marzo 2024). Uso de posibilidades de la web como herramientas narrativas.	69

Figura 28. (marzo 2024). Uso del espacio y elementos visuales como herramienta narrativa en My boyfriend came back from the war.....	71
Figura 29. (marzo 2024). Ejemplos de uso de diferentes elementos visuales para dar una estética de glitch o virus.....	72
Figura 30. (marzo 2024). Instalación de Murmur Study.....	74
Figura 31. (marzo 2024). Elementos de We feel fine.	76
Figura 32. (marzo 2024). Ejemplo de mensajes ocultos en 11B X 1371.....	77
Figura 33. (marzo 2024). Ejemplo de contenido de Omega Mart en la web.....	79
Figura 34. (marzo 2024). Imágenes de la Galería Interactiva de Omega Mart.	80
Figura 35. (marzo 2024). NDLI Premisa Conceptual.....	88
Figura 36. (marzo 2024). NDLI Nivel de Abstracción del Concepto.....	89
Figura 37. (marzo 2024). NDLI Identidad Visual.....	90
Figura 38. (marzo 2024). NDLI Estética Visual Dominante.	91
Figura 39. (marzo 2024). NDLI Tipo de Acceso Formal.....	92
Figura 40. (marzo 2024). NDLI Modalidad de Acceso.	92
Figura 41. (marzo 2024). NDLI Elemento Principal de Navegación.	93
Figura 42. (marzo 2024). NDLI Uso de Personajes.....	94
Figura 43. (marzo 2024). NDLI Tipo de participación.....	94
Figura 44. (marzo 2024). NDLI Uso del Tiempo.	95
Figura 45. (marzo 2024). NDLI Financiación de la propuesta.....	96
Figura 46. (marzo 2024). ACDI Premisa Conceptual.....	97
Figura 47. (marzo 2024). ACDI Nivel de Abstracción del Concepto.....	98
Figura 48. (marzo 2024). ACDI Identidad visual.	99
Figura 49. (marzo 2024). ACDI Estética Visual dominante.	99
Figura 50. (marzo 2024). ACDI Tipo de Espacio formal.	100
Figura 51. (marzo 2024). ACDI Modalidad de Acceso.	100
Figura 52. (marzo 2024). ACDI Elemento Principal de Navegación.	101
Figura 53. (marzo 2024). ACDI Uso de Personajes.....	102
Figura 54. (marzo 2024). ACDI Tipo de Participación.....	103
Figura 55. (marzo 2024). ACDI Uso del Tiempo.	104
Figura 56. (marzo 2024). ACDI Financiación de la propuesta.....	105

Figura 57. (abril 2024). Graficas comparativas Premisa Conceptual.	106
Figura 58. (abril 2024). Graficas comparativas de Nivel de Abstracción del Concepto.	108
Figura 59. (abril 2024). Graficas comparativas de Identidad Visual.	109
Figura 60. (abril 2024). Graficas comparativas de Estética Visual Dominante.	109
Figura 61. (abril 2024). Graficas comparativas de Tipo de Espacio Formal.	110
Figura 62. (abril 2024). Graficas comparativas de Modalidad de Acceso.	112
Figura 63. (abril 2024). Gráficas comparativas de Elemento Principal de Navegación.	113
Figura 64. (abril 2024). Gráficas comparativas de Uso de Personajes.	114
Figura 65. (abril 2024). Gráficas comparativas de Tipo de Participación.	116
Figura 66. (abril 2024). Gráficas comparativas de Uso del Tiempo.	117
Figura 67. (abril 2024). Graficas comparativas de Financiación de la propuesta.	119
Figura 68. (junio 2024). SCP Foundation apropia una estructura visual de archivo científico/militar como parte de su identidad visual.	128
Figura 69. (junio 2024) Welcome Home referencia la paleta de colores de series infantiles de la época, favoreciendo colores primarios y secundarios.	129
Figura 70. (junio 2024) La constancia de elementos visuales en My boyfriend came back from the war le da una identidad propia.	130
Figura 71. (junio 2024) Estética fantástica en Omega Mart mediante colores vibrantes y elementos surrealistas.	131
Figura 72. (junio 2024). Estética realista en Hi I'm Mary Mary mediante el uso de edición de video para integrar sus elementos de forma realista.	132
Figura 73. Estética oscura en The Mandela Catalogue mediante paleta de colores oscura, elementos de distorsión y baja iluminación.	133
Figura 74. (junio 2024). Herramientas de YouTube 1.	134
Figura 75. (junio 2024). Herramientas de YouTube 2.	135
Figura 76. (junio 2024) Herramientas de YouTube 3.	136
Figura 77. (junio 2024). Herramientas de Twitter/X 1.	137
Figura 78. (junio 2024). Herramientas de Twitter/X 2.	137
Figura 79. (junio 2024). Herramientas de Instagram 1.	138
Figura 80. (junio 2024). Herramientas de Instagram 2.	138
Figura 81. (junio 2024). Herramientas de Instagram 3.	139

Figura 82. (junio 2024). Uso de Hipervínculos visibles y organizados en SCP Foundation.	141
Figura 83. (junio 2024). Uso de Hipervínculos lineales en Agatha Appears.	142
Figura 84. (junio 2024). Uso de Hipervínculos Ocultos en Welcome Home.	143
Figura 85. (junio 2024). Uso de formato serial en Petscop.	144
Figura 86. (junio2024). Venta de mercancía como método de financiación en Welcome Home.	148
Figura 87. (junio 2024). Información de alcance disponible al público en el canal de YouTube de Petscop.	149
Figura 88. (junio 2024). Búsqueda de tendencia de Omega Mart en Google Trends.	150

Capítulo 1: Introducción

1. Descripción General

Esta investigación explora el desarrollo de diferentes Propuestas Interactivas dentro del contexto de lo digital¹ y la web, analizando sus características conceptuales, estéticas y formales, para descubrir cuales de estos elementos generan interés y participación por parte de sus públicos. Por medio de esta investigación se buscan encontrar distintos puntos de comparación entre dos ámbitos creativos, el del Arte Contemporáneo Digital en Internet, y el de las Narrativas Digitales Lúdicas. Lo anterior con el fin de evaluar las posibles conexiones creativas entre estos dos ámbitos y encontrar distintas herramientas que faciliten la creación de obras de arte contemporáneo en la web que potencien una mayor participación por parte de su público.

2. Planteamiento del Proyecto

2.1. Antecedentes Personales

Tal vez los orígenes que darían paso a esta investigación se dieron en los comienzos de mi proceso formativo como estudiante de artes plásticas. Fue en ese periodo que empieza a tornarse borroso ya, como suele ser característico de cualquier evento oscurecido por la lente amarillenta del paso del tiempo, que, caminando al metro con uno de mis compañeros de carrera, nos quejábamos de la fuerte oposición de varios de nuestros profesores a la idea de crear arte en Internet.

Siendo ambos hijos adoptados de la Web y fanáticos empedernidos de los medios visuales que se nos atravesaban en YouTube e Instagram, encontrábamos desalentadores los comentarios de varios de nuestros maestros que, si bien maravillosos guías en la exploración de las técnicas manuales más tradicionales, lanzaban comentarios de incredulidad cuando citábamos como referentes de nuestros proyectos a creadores de contenido en la Red ajenos a las artes en su más estricto sentido de la palabra.

¹ Compuesto de bits.

¿Por qué; todo ese contenido lleno de espíritu que suscitaba interés, reflexión y entusiasmo en nosotros era inmediatamente descartado por algunos de nuestros profesores? ¿Por qué la renuencia de estos talentosos maestros en que publicáramos nuestro trabajo en la Web y lo pensáramos cómo diseñado para que otros interactuaran con él? ¿Qué era eso que causaba que, una y otra vez, los evaluadores pidieran replantear una idea de proyecto para ser expuesta en el ‘cubo blanco’ en lugar de ese abstracto e intangible lugar en el que deseábamos sumergir nuestra obra?

Infinitas veces discutimos este tema, en el aire con olor a pizza de las horas de almuerzo, los somnolientos minutos de una clase que finalizaba a las seis de la tarde un viernes, o caminando a la salida con el olor del cloro de las piscinas y el sonido de los vendedores del Parque de los Deseos ofreciendo sus productos. La duda de si eso que disfrutábamos tanto en nuestro tiempo libre podría alguna vez tener cabida dentro de las paredes de nuestra preciosa Alma Mater resonaba en nuestros pensamientos con el paso de los semestres.

Una parte de mi piensa que el interés de esta investigación tiene, quizás, una semilla aún más antigua. Crecí en un hogar de Bogotá donde las consultas del colegio se hacían en el gran diccionario familiar OKAPI que había en la biblioteca de mi casa o en cualquiera de los otros libros e enciclopedias que terminaban regados por ahí cada cierto tiempo; con un computador de mesa con Windows NT al que luego le apodaríamos ‘el brontosaurio’ cuando, con el paso de los años, se fue quedando más y más obsoleto, en el que lo más novedoso que teníamos era Encarta y un montón de CD piratas de juegos como *El autobús mágico*, *Age of Empires* y *Sheila Rae: The Brave*.

Durante gran parte de mi primaria viví convencida entonces de que el Internet era ese programa que solo tenían los computadores más delgados y bonitos de mi colegio, una especie confusa de Encarta con muchas más cosas que no entendía del todo. Fue ya en mi último grado de primaria, cuando los profesores comenzaron a exigir trabajos más complejos, que me vi obligada a ir por primera vez a un café internet. No pasó mucho tiempo para que una pequeña versión de mi se viera completamente fascinada por este nuevo mundo lleno de infinidad de juegos que podía jugar cada vez que quisiera, cuando aún quedaba algo de tiempo dentro de nuestra tarifa límite en el estrecho café internet y sin tener que esperar a que el enorme equipo procesara un CD.

Fue un año después, aproximadamente, que, en mi nuevo hogar en Medellín, tuve acceso libre al Internet por primera vez. Con ayuda de mis compañeros de clase, cree mi primer correo electrónico y, con la avidez de todo preadolescente que encuentra algo nuevo en que entretenerse, me dedique

a pasar horas navegando en la web. Fue poco después que me encontré con canales de horror en YouTube y, con ellos, videos enteros hablando de publicaciones extrañas con hipervínculos² misteriosos y mensajes ocultos escondidos casi imposibles de encontrar. Videos como *Username666* (2008), Canales como *Marble Hornets* (2009) y *KrainaGrzybowTV* (2013) y múltiples páginas web que se han perdido desde entonces, formaron parte de mi infancia y adolescencia.

Sin saberlo, me había encontrado entonces con algunos de los primeros proyectos que inspirarían toda una forma de crear Narrativas en la Web, un modelo diverso y multifacético lleno de posibilidades.

Siendo una de tres hermanas, fue imposible no querer compartir entonces todo lo que veía y descubría con ellas y siendo así, cuando la del medio decidió estudiar Estudios Literarios y yo artes plásticas, no fue difícil que ambas nos preguntáramos por temas similares. A medida que nuestros respectivos maestros nos enseñaban la historia de nuestras respectivas carreras, no podíamos evitar cuestionarnos si, aquellas cosas que ocupaban nuestro tiempo de ocio, no podrían ser bastante comparables con esa evolución de la escritura y el arte hasta nuestra contemporaneidad.

Esta idea comenzó a tomar su forma más definitiva cuando, al matricular una clase de arte digital y finalizar la línea teórica de la carrera con arte contemporáneo, me encontré con que la renuencia hacia los nuevos medios no era algo general o uniforme dentro del contexto del arte. No, muy por lo contrario, había todo un grupo de personas en el arte interesadas en este espacio que yo creía ajeno a ellos. Artistas como Olia Lialina, Visan Stefan y Martine Neddam, veían en el internet un espacio de creación o comunidad para sus propuestas, mientras que teóricos como Rachel Greene y Juan Devis, me hicieron conocer que este campo si era de interés para el área. De alguna forma y con el paso de los meses, terminé por darme cuenta de que muchos otros dentro del arte se habían sentido, como yo, maravillados ante las infinitas posibilidades de una computadora, que otros también habían escuchado los ahora inexistentes sonidos de un equipo conectándose al internet por medio de un cable de teléfono, esperando impacientes para navegar en aguas digitales desconocidas.

Esta investigación, en un comienzo nacida de un sentimiento de no pertenencia, de lo que percibía como una colisión de dos mundos opuestos y casi que en guerra, fue desarrollándose lentamente

² (en Internet) Enlace o vínculo por medio del cual un usuario puede acceder de forma rápida a otro espacio de la Red, ya sea un sitio web, video, post, descarga, etc.

en la comprensión de dos mundos orbitando en la misma dirección, dos caminos que, aunque habrían parecido paralelos en un primer comienzo, se asemejaban más a dos mares, en cuyo punto de conexión se hallaban distintas formas de usar las mismas herramientas, y en cuya separación se hallaba un desconocimiento del otro.

Fue precisamente este desconocimiento lo que yo percibía cuando, al acercarse un mundo al otro en raras ocasiones, sus habitantes quedaban confundidos, rascándose las cabezas en desconcierto, y murmurando en desilusión.

Un ejemplo específico de lo anterior fue la diferencia de aceptación por parte del público ajeno al arte ante dos propuestas distintas, ambas de carácter lúdico, pero solo una de carácter artístico: *IIB X 1371* (2015) y *The Sun Vanished* (2018). Ambas propuestas fueron conocidas por los círculos del Internet a los que yo solía pertenecer y los cuales seguí junto a otros internautas por un tiempo. En el primer caso, el de *IIB X 1371*, un video aparecido en tres diferentes sitios de Internet conmocionó la web, creando una comunidad que se dedicó a develar las decenas de pistas ocultas en todo el video en la forma de mensajes crípticos, códigos, metáforas, imágenes ocultas y una inquietante sensación causada por el estilo visual de la propuesta; y aun así, con el mismo ímpetu con que los usuarios de la web acogieron el curioso video para diseccionarlo con dedicación, este fue abandonado e ignorado tan pronto su creador, Parker Wright, se dio a conocer como un artista contemporáneo.

Mientras tanto, *The Sun has Vanished* floreció con la participación e interés de su público, aún con la revelación de su creador Aidan Elliot expuesta, el interés de los usuarios se mantuvo durante los cinco años que tardó este en concluir, a pesar de una breve interrupción ocasionada por la pandemia de COVID 19 y la implicación de otras historias interconectándose con esta.

Fue allí donde me di cuenta de que ese público que gozaba de las mismas dinámicas que yo simplemente no se sentía conectado y representado por el mundo del arte, aunque hubiera ocurrido la casualidad de que este hubiera usado elementos similares a los suyos. Había algo simplemente en el arte que hacía sentir a algunos internautas más y más excluidos del contexto artístico.

No era entonces que el público no estudiado en artes fuera incapaz de participar en dinámicas complejas que requirieran su atención. Mientras algunos de mis maestros afirmaban que el público ajeno al arte necesitaba ‘todo servido en bandeja de plata’ para considerarlo de su gusto, lo que había yo encontrado en la Web me mostraba lo contrario. Era más bien que, sintiéndose ajenos al

arte, estos habían decidido a su vez darle la espalda, considerando que ni siquiera su tiempo de ocio merecía ser malgastado en algo que simplemente no podrían comprender.

Es así como se concreta entonces mi interés por plantear esta Investigación, para encontrar elementos semejantes y dispares en estos dos espacios de creación. Todo esto para, tal vez, encontrar esas cosas que, como un estuario conecta un río al mar, puedan generar un espacio de diálogo e intercambio entre estos dos mundos que, más que estar aislados, convergen, y, de esta manera, facilitar, con suerte, un enriquecimiento para el proceso creativo de creadores que se encuentran en dos orillas del mismo cuerpo de agua.



*Figura 1.(n.d) El viejo computador de mi infancia [Fotografía].
Nota: Imagen Personal tomada del álbum familiar.*

2.2. Justificación

En la actualidad, el Internet se ha convertido en parte indispensable de nuestras vidas. Como dice Manuel Castells en la introducción de su texto “The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society” (2001), la red funciona como el fundamento de nuestra era, la era de la información. Siendo que nuestra sociedad se ha desarrollado a través de la historia por medio de la información, del transmitir conocimientos, prácticas, sentimientos y demás, el surgimiento de la Web ha terminado por permear cada uno de los aspectos de nuestras vidas, de forma que hoy día no hacer parte de este espacio virtual puede ser uno de los aspectos más perjudiciales para un individuo a nivel social, laboral y de comunicación.

Con el paso del tiempo este espacio, el de la Red, ha ido creciendo y cambiando. No es únicamente que el Internet se haya expandido hasta ocupar las distintas áreas de nuestra vida, cambiando nuestra forma de realizar las cosas, sino que, a su vez, la sociedad en general ha apropiado este espacio mediante su uso. Es así como, nos dice Castells, el Internet y la sociedad generan un vínculo casi simbiótico, en el que uno influye en el otro en un ciclo de constante crecimiento.

Lo anterior, también incluye la generación de un nuevo tipo de interacción social, el nacimiento de lo que se puede denominar una “Sociedad en Red”. En el capítulo 4 de su texto, con el nombre de ‘Comunidades virtuales o Sociedad en Red’, Castells nos explica que las nuevas posibilidades de comunicación en el Internet favorecen lo que podríamos llamar una conexión individualista, un individualismo en red. Esto no se refiere a que la red se componga de personas aisladas y solitarias, sino que, muy por el contrario, los usuarios se agrupan basándose más en intereses y afinidades, y menos en localización geográfica o conexión familiar como habría sido más común antes de la aparición del Internet. Estas comunidades virtuales se vuelven entonces comunidades especializadas, distintas a las comunidades creadas únicamente en vida real, pero no por ello menos fuertes o apasionadas. A su vez, cada usuario puede pertenecer a varias de estas comunidades que, cuando un número considerable de usuarios comparten, pueden conectarse entre ellas.

La aparición de esta nueva forma de construir en sociedad, el surgimiento de comunidades virtuales conectadas entre sí y el interés de muchos usuarios deseosos de crear contenido por sí mismos y no solo ser consumidores del contenido creado por empresas y grupos ‘oficiales’, son características que describe Castells en su texto y que favorecen entonces el surgimiento de nuevas formas de narrar y crear historias en comunidad.

Dentro de estas, una que se ha solidificado con el pasar de los años, es el de las Narrativas basadas en dinámicas de juego que, si bien se pueden rastrear desde el Internet temprano, han tomado cierto nivel de popularidad en la actualidad, amasando un público dispuesto a interactuar y participar en estas. Basándonos en lo descrito por Castells en “The Internet Galaxy”, escrito originalmente en el temprano 2001, podríamos intuir que estas dinámicas surgen de comunidades interesadas en temas como los juegos, el misterio, la resolución de acertijos y, más que nada, las historias. Así y con el paso de los años se han construido formas de contar historias que tienden a involucrar a su público de distintas maneras, propuestas que logran sostener el interés de este en el tiempo, alentándolo a trabajar en equipo y crear en comunidad, utilizando las capacidades y conocimientos de sus diferentes individuos para construir narrativas e interpretarlas.

A su vez, el arte contemporáneo se ha interesado por las posibilidades creativas que puede ofrecer el mundo de lo digital y del Internet, y ha desarrollado sus propias formas de creación de propuestas utilizando las herramientas que estos espacios ofrecen y que siguen evolucionando conforme sus tecnologías también avanzan. A pesar de esto, parece que al menos una parte de los artistas que se interesan en el contexto de la web, lo hacen estableciendo sus propias comunidades virtuales que, muchas veces, son el reflejo de una comunidad meramente artística e intelectual, en la que un usuario común podría no verse reflejado o interesado.

Así, esta investigación parte del interés por identificar posibles elementos conceptuales, estéticos y formales de los que podría hacer uso un artista contemporáneo o creador que desee desarrollar obras que propicien la participación de su público en el contexto de la Web. A su vez, se interesa por explorar la posibilidad de conectar con usuarios fuera del público tradicional del arte.

Quedan entonces como apertura a esta investigación, las siguientes preguntas. ¿Hay tal vez dentro de estas nuevas formas de narrar en la web posibilidades creativas que podrían concernir al artista contemporáneo? ¿Es posible conectar con públicos fuera de la esfera artística utilizando estas herramientas? ¿Podrían estas posibilidades ayudar al artista contemporáneo a desarrollar obra en la web sin pasar desapercibido?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Proponer posibilidades creativas al artista contemporáneo interesado en la participación de un público más activo en la web, a través del establecimiento de conexiones conceptuales, estéticas y formales entre Propuestas Interactivas, lúdicas y artísticas en internet que integran la participación de los usuarios.

2.2. Objetivos Específicos

- Analizar distintas Propuestas Interactivas, lúdicas y artísticas en el contexto de lo digital y el internet.
- Comparar el uso de herramientas conceptuales, estéticas y formales en ambos tipos de Propuestas Interactivas.
- Ofrecer un conjunto de herramientas conceptuales, estéticas y formales, resultante del análisis de las Propuestas Interactivas analizadas, que sirvan a creadores de obras contemporáneas en el internet que deseen propiciar la participación de su público, además de expandirlo para incluir a personas no especializadas en el arte.

3. Metodología

3.1. Metodología de Análisis de Contenido

Esta investigación adopta un enfoque mixto como forma de explorar tanto las Narrativas Digitales Lúdicas en el Internet, como las obras de Arte Contemporáneo Digital y en Internet. El análisis de contenido es el método principal de investigación, y se fundamenta en el texto de Roberto Hernández Sampieri, *Metodología de la Investigación* (2006). Esta metodología facilita la codificación de todo tipo de contenidos de naturaleza variada, de forma que se puedan extraer datos verificables sin la necesidad de realizar entrevistas, encuestas o similares.

El análisis de contenido se puede definir a grandes rasgos como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantificable del contenido manifiesto de una

comunicación”³ como lo dice Bernard Berelson en la introducción a su libro *Content Analysis in Communication Research* (1952), del cual, a su vez, toma parte de su definición el mismo Sampieri.

Los datos anteriormente mencionados son obtenidos mediante la codificación de la información en Universos de Investigación, Categorías y Subcategorías de análisis, los cuales son posteriormente organizados dentro de una Hoja de Codificación (Ver Anexo 1), tema que se explorará a mayor profundidad en el Capítulo 4 de esta investigación.

3.2. Selección de Contenido

La codificación del contenido comienza entonces con la división de este en dos grupos que se definirán a profundidad en el Marco teórico de la Investigación, siendo estos los de las Narrativas Digitales Lúdicas en Internet y las obras de Arte Contemporáneo Digital en Internet. Cada uno de estos grupos es denominado como un Universo de Investigación, tal como recomienda Sampieri en *Metodología de la Investigación* (2006), de forma que se puedan diferenciar como grupos distintos, cuyos resultados individuales se contrastan únicamente al llegar la Comparación de Resultados.

Dentro de cada uno de estos Universos, se toma entonces una Muestra Representativa de nueve Propuestas Interactivas, que presentan una variedad de características diferentes de forma que los resultados de investigación no estén sesgados debido a la elección del contenido. La elección de estas propuestas denominadas Unidades de Análisis, se realiza en función de las herramientas que utilizan, un nivel de participación por parte de su público y cierto grado de complejidad creativa. Tomando en cuenta estas especificaciones, las propuestas elegidas para la investigación son:

UNIVERSO #1: NDLI	UNIVERSO #2: ACDI
The Sun Vanished, Aidan Elliot (2018)	Text Rain, Camille U. y Romy A. (1999)
Hi I'm Mary Mary, K. (2016)	teamLab Borderless. TeamLab. (2018)
Petscop, Tony Domenico. (2017)	Agatha Appears, Olia Lialina. (1997)
Catastrophe Crow, Adam Butcher. (2020)	My boyfriend came back from the war, Olia L. (1996)
Daisy Brown, Julia Dapper. (2017)	Jodi.org, Joan H. y Dirk P. (1995)

³ La traducción de esta cita directa del idioma inglés ha sido realizada por la autora de esta Investigación.

I'm Sophie, Tom Ransom. (2020)	Murmur Study, Christopher Baker. (2009)
Welcome Home, Clown. (2022)	We feel fine, Jonathan H. y Sep K. (2006)
The Mandela Catalogue, Alex Kister. (2021)	11B X 1371, Parker Wright. (2015)
SCP Foundation. (2007)	Omega Mart, Meow Wolf. (2021)

3.3. *Proceso de Análisis*

El análisis del contenido seleccionado anteriormente, toma en cuenta sus características conceptuales, estéticas y formales utilizando las siguientes 10 Categorías con sus respectivas Subcategorías, para explorar las cualidades de cada Unidad de Análisis, también designadas como Propuestas Interactivas, y poderlas comparar más adelante entre sí. La definición de todas las Categorías y consecuentes Subcategorías será expandida en el Capítulo 4 de esta investigación.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS
PREMISA CONCEPTUAL	El arte o proceso de creación mismo
	La experiencia humana
	Crítica social o política
NIVEL DE ABSTRACCIÓN DEL CONCEPTO	Lectura inmediata
	Lectura analítica
	Lectura codificada
IDENTIDAD VISUAL	Identidad Visual Propia
	Identidad Visual Referenciada
ESTÉTICA VISUAL DOMINANTE	Estética Realista
	Estética Fantástica
	Estética Oscura
	Estética Incidental
TIPO DE ESPACIO FORMAL	Espacio Físico
	Redes Sociales
	Página Web
	Mixto en la Web

	Mixto realidad y digital
MODALIDAD DE ACCESO	Espacio Privado
	Espacio Público
	Espacio Mixto
ELEMENTO PRINCIPAL DE NAVEGACIÓN	Hipertexto ⁴
	Dinámicas de redes sociales
	Formato serial
	Publicación única
	Instalación física
USO DE PERSONAJES	No hay un personaje central:
	El público como protagonista
	Personaje central ficticio definido
	Personaje central ficticio no definido
TIPO DE PARTICIPACIÓN	Participación no Consciente
	Participación Contemplativa
	Participación Creativa Limitada
	Participación Creativa Abierta
	Participación Lúdica Investigativa
USO DEL TIEMPO	Tiempo Real
	Tiempo Propio
	Tiempo Creativo
	Tiempo no definido

Cada una de las Unidades de análisis, será descrita por medio de la selección de una única Subcategoría por Categoría, lo que permitirá generar resultados cuantificables siguiendo el modelo de investigación de análisis de contenido.

⁴ “Texto concebido en fragmentos y vínculos que le permiten al lector una navegación no lineal y por lo tanto interactiva” (Ortiz, R.R., 2000)

3.4. Comparación de Resultados

A partir del desarrollo de la investigación y el análisis de contenido de ambos Universos de investigación, se realiza una comparación de los resultados obtenidos mediante el instrumento de Hoja de Codificación (Ver Anexo 1), comenzando desde un enfoque cuantitativo, resultado de la comparación de datos, y continuando con un análisis cualitativo de lo encontrado en la investigación, tomando en cuenta otras características que no hayan sido principales en el proceso de análisis y que puedan dar explicación a las diferencias y similitudes encontradas en ambos Universos. Esta comparación se dará mediante la revisión y análisis de la información recopilada en cada una de las categorías de cada Universo.

A partir de este enfoque metodológico se busca profundizar en la comprensión de las dinámicas subyacentes en ambos campos por parte de Creativos y Artistas, para ofrecerles posibilidades de creación en el contexto de Internet. El resultado final de la investigación busca crear un Inventario que permita al artista tener una guía de posibilidades o herramientas conceptuales, estéticas y formales para la creación de obra en la web.

3.5. Producción de Inventario

Con los datos recopilados durante la Comparación de Resultados del Análisis, se construye entonces un Inventario de Herramientas para Propuestas en la Web, con elementos conceptuales, estéticos y formales que puedan servir como herramientas para aquellos creadores que deseen desarrollar obra en el contexto de la Web.

Este inventario es construido tomando como base cada una de las categorías surgidas en el proceso de investigación, y seleccionando aquellos elementos que, según el desarrollo de la investigación, pueden ser de utilidad para el propósito de crear Propuestas Interactivas en la Web que propicien la participación de su público y capten la atención de usuarios no especializados en arte. Cada uno de estos elementos es descrito, explicado y, posteriormente, organizado en la forma de una lista, que sirva, por sí misma, como una especie de caja de herramientas para todo creador que desee utilizarla. Este Inventario podrá encontrarse en el Capítulo 5 de esta investigación.

4. Estructura de la Investigación

Esta Investigación se desarrolla en un total de seis (6) capítulos, distribuidos de la siguiente manera:

- **Capítulo 1: Introducción**

Es el capítulo que abre las puertas a la Investigación, explicando su razón de ser, justificación personal, Objetivos y Metodología. Este capítulo finaliza con la presente Estructura de la Investigación.

- **Capítulo 2: Propuesta Conceptual y Marco Teórico**

En este apartado se dejan en claro los términos que se estarán utilizando a lo largo de la Investigación, su respaldo bibliográfico y los matices de estos. Este capítulo también permite contextualizar la Investigación en un contexto histórico y teórico más específico.

- **Capítulo 3: Descripción Cualitativa de las Propuestas Interactivas**

En este, se describen las propuestas seleccionadas para el análisis, explicando su desarrollo, conceptos, presentación visual, historia, financiación y otras características importantes para que el lector pueda comprenderlas. En base a esta descripción también surgen nuevas categorías de investigación a parte de las planteadas en la metodología.

- **Capítulo 4: Análisis Comparativo y Resultados Encontrados**

En este capítulo se describen todas las categorías de investigación, así como sus respectivas subcategorías, tras lo cual se presenta la herramienta principal de la metodología de seleccionada: La Hoja de Codificación. En esta, se explica de forma precisa cómo funciona esta tabla, se muestran los datos recopilados y el motivo de estos en detalle. Con la información adquirida, se hace un análisis comparativo de los Universos de investigación, contrastando los resultados cuantitativos y estudiándolos también desde una perspectiva cualitativa que explique el por qué y cómo de esta información.

•Capítulo 5: Inventario de Herramientas para el Desarrollo de Propuestas Interactivas en la Web

En base a los hallazgos encontrados durante el análisis comparativo se aíslan todas las herramientas conceptuales, estéticas y formales que han demostrado, a lo largo de la investigación, ser pertinentes y actuales para creadores que quieran desarrollar propuestas interactivas en el internet. Todas estas herramientas son explicadas a mayor profundidad, trayendo ejemplos de las unidades de análisis y presentándolas en una forma más comprensible para que puedan ser utilizadas por artistas que apenas quieran comenzar a explorarlas.

•Capítulo 6: Conclusiones

En este último capítulo se presentan los hallazgos encontrados durante la investigación, el posible impacto de esta en el contexto artístico y algunas preguntas que quedan abiertas a futuras investigaciones.

Al final de esta investigación, el lector podrá encontrar un glosario con el significado de algunos términos que se repiten en la investigación y con los cuales podría no estar familiarizado, pero que, por sí mismos, no ameritan ser explorados a profundidad en el Marco teórico.

Capítulo 2: Propuesta Conceptual y Marco Teórico.

1. Marco Teórico

1.1. Nuevos Medios, Lo Digital y El Internet

1.1.1. Los Nuevos Medios y lo Digital. Definir a qué nos referimos cuando usamos términos como ‘lo digital’ o ‘los nuevos medios’ es vital para comprender el contexto de las Propuestas elegidas previamente.

En primer lugar, nos apoyaremos en el texto *The Language of New Media*, escrito por Lev Manovich, que nos permitirá comprender la naturaleza de estos Nuevos Medios. Es importante comprender que, a pesar de que los Nuevos Medios son producto de tecnologías digitales, estos no impactan a un único lenguaje, como es el caso de otras tecnologías análogas como la imprenta, la radio o el cine (escrito, sonoro o visual). Los Nuevos medios son, más bien, un término general que abarca todo tipo de lenguajes (Manovich, 2002).

Manovich propone 5 características para definir la naturaleza de los Nuevos Medios:

- La *representación numérica* se refiere a que toda la información está compuesta por un código y, por lo tanto, puede ser descrita de forma matemática y ser manipulada, por ejemplo, una imagen se puede describir de forma no visual por medio de un código y muchas de sus características, -como tamaño, saturación o exposición- pueden ser modificadas.
- La *modularidad* quiere decir que todo lo creado usando los Nuevos Medios está compuesto por partes más pequeñas que pueden ser transformadas, por ejemplo, una página web puede incluir videos, un video está compuesto por imágenes fijas, una imagen está compuesta por píxeles, etc.
- La *automatización*, quiere decir que hay al menos una parte del proceso que realiza la máquina por sí misma de forma automática, por ejemplo, una búsqueda en YouTube de un tema empleará un algoritmo para producir una lista de resultados.

- La *variabilidad*, se refiere a la posibilidad de crear distintas versiones o variaciones de un objeto o experiencia.
- Finalmente, la *transcodificación*, es la forma en que los Nuevos Medios no se quedan simplemente como el espacio o herramienta con la que se crea un objeto, sino que afecta la misma naturaleza de este, por ejemplo, un dibujo desarrollado de forma digital, no es igual a un dibujo tradicional, sino que será siempre una mezcla de una parte humana y una parte numérica que no puede ser eliminada (Manovich 2002).

Todos estos conceptos son necesarios para poder comprender lo que diferencia a propuestas generadas en el contexto de los Nuevos Medios, de otros generados por lenguajes analógicos desde un punto de vista informático.

Ahora, de manera similar la catedrática Janet H. Murray describe en su sitio web personal, las características de todo aquello que está hecho de bits, es decir, lo digital, dividiéndolo en sus *Four Affordances*:

Procedimental (Compuesto de reglas ejecutables). Participativo (Invita a la acción humana y la manipulación del mundo representado). Enciclopédico (Contiene una muy alta capacidad de información en múltiples formatos de medios). Espacial (Es navegable como un repositorio y/o espacio virtual) (Murray, 2012, <https://inventingthemedium.com/four-affordances/>)⁵

Lo anterior es lo que diferencia, entonces, a las Propuestas seleccionadas en esta Investigación, de otras que solo han sido traducidas o publicadas en un contexto digital.

1.1.2. El Internet. Ahora es relevante comprender a qué nos referimos específicamente cuando hablamos del Internet ya que, al ser una herramienta tan involucrada en cada aspecto de nuestra vida diaria, algunas veces se vuelve difícil definirla. Para esto nos basaremos en el texto *El origen de Internet. El camino hacia la red de redes* por Iván Nebreda Rodrigo, que explica bastante bien el desarrollo desde las primeras computadoras hasta la web como la conocemos, así como el texto de Manuel Castells *Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*.

⁵ La traducción de esta cita directa del idioma inglés, ha sido realizada por la autora de esta Investigación.

Comenzando por las computadoras que ocupan el tamaño de una habitación completa, hasta la creación de computadoras más compactas, la exploración técnica para lograr conectar varios equipos comienza desde relativamente temprano y termina por involucrar principalmente a comunidades universitarias y gubernamentales interesadas en el motivo práctico que esto podría traer, con un enfoque más científico y utilitario que cualquier otra cosa. La conexión entre equipos y hasta pequeñas redes que permiten involucrar en un mismo espacio virtual a un número limitado de computadoras se logra conseguir entre los años 60 y 70, pero por un tiempo se queda como un recurso limitado, costoso y reducido a un grupo condicionado de personas por medio de la llamada ARPA Net.

No es sino hasta 1989 que el investigador del CERN Tim Berners-Lee crea la World Wide Web, una herramienta que no solo logra crear una conexión abierta a muchos más equipos, sino que la vuelve fácilmente navegable para el usuario común. Es esta última característica la que permite que la red se popularice impulsando el negocio de proveedores de Internet, especialmente con el surgimiento de navegadores que permiten el desplazamiento sencillo por una Web que gana complejidad y tamaño de forma proporcional a nuevos usuarios. (Nebreda, 2013)

El Internet entonces, se va no solo expandiendo a las distintas áreas de la vida cotidiana, sino que comienza a su vez a ser apropiado por la sociedad, quien lo modifica según sus necesidades. Como dice Castells en su texto *The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and Society* “(...) la gente, instituciones, compañías y la sociedad en general, transforman la tecnología, cualquier tecnología, apropiándola, modificándola y experimentando con ella” (Castells, 2001, pg. 4)¹. Así, Sociedad e Internet forman una relación simbiótica, en la que uno afecta profundamente al otro, evolucionando de manera conjunta.

La web se convierte entonces en un espacio que favorece la comunicación de sus usuarios con otras personas, ya sea conocidos de la vida real, como otros usuarios encontrados únicamente por la web. Se establecen comunidades virtuales de personas con intereses y valores en común, nuevas formas de interacción y nuevos medios de entretenimiento. Cada ámbito del ser humano aparece reflejado en este nuevo espacio intangible a medida que su acceso se incrementa a más y más personas, permitiendo a cualquiera interactuar de forma dinámica con otros individuos o el material que estos generan (Castells, 2001).

1.2. Narrativas Digitales Lúdicas en el Internet

1.2.1. Definición de Narrativa. Podemos definir la narrativa como una forma de relatar o contar algo, es decir narrar. Como lo describe Jesper Juul en *Half Real: A Dictionary of Video Game Theory*, una narrativa es la presentación de una historia, es decir, una secuencia de eventos establecida (Juul, 2006)

Una vez determinado lo anterior, podemos definir que una narrativa puede desarrollarse en cualquier lenguaje que permita comunicar información a otro individuo. La tradición oral, la escritura, la pintura, etc. son todos medios tradicionales que permitieron la creación de narraciones y que, con el paso de los siglos, fueron enriquecidos con nuevas tecnologías como la imprenta, la radio, el cine, la televisión y, el tema central de esta investigación, los Nuevos Medios, lo digital, el Internet.

1.2.2. Interactividad y Juego Como bien lo menciona Lev Manovich en el ya citado *The Language of New Media* (2002), dejar el término ‘interactividad’ en el aire puede causar una gran confusión cuando se trata de estos Nuevos Medios, ya que toda actividad que los involucre incluye, por *default*, una interacción. El mero hecho de entrar en contacto con una computadora ya requiere que el usuario entre en interacción con una interfaz. Es decir, es necesario definir a qué nos referimos al hablar de una interacción por parte del público con cada una de las Propuestas

Comencemos estableciendo el tipo de interacción que ocurre dentro de las Propuestas de las que estaremos hablando, para ello es necesario definir las como ‘de juego’ (*Play*), mas no un ‘juego’ (*Game*), teniendo en cuenta las diferencias que el idioma inglés pone entre estas dos palabras y que, lamentablemente, no tenemos dentro del español.

Para definir la palabra ‘Juego’ - en el sentido de la palabra en inglés ‘game’ - estaremos usando la descripción de la ya citada página web *Half Real: A Dictionary for Video Game Theory*, la cual señala lo siguiente:

Un juego (*Game*) es un sistema basado en reglas con un resultado variable y cuantificable, donde diferentes resultados tienen asignados distintos valores, el jugador ejerce un esfuerzo con el fin de influenciar el resultado, el jugador se siente emocionalmente unido al

resultado, y las consecuencias de la actividad son opcionales y negociables (Juul, 2006, <http://www.half-real.net/dictionary/#half-real>)⁶

En base a esta definición vamos a especificar las razones por las que las Propuestas que nos competen, no son un juego (*Game*). En primer lugar, estas pueden o no tener un resultado variable pero dicho resultado no es cuantificable de ninguna manera, y las reglas no son una parte tan fundamental o establecida dentro de ellas. En segundo lugar, el resultado de algunas Propuestas puede ser influenciado por las personas que hacen parte de su dinámica, pero una vez finalizada esta dinámica, ya no puede ser cambiada, es decir, la experiencia se vive de forma colectiva en el momento, y lo más similar a una experiencia única de un jugador en solitario es la interpretación o interiorización de cada miembro del público.

Así pues, es más lógico encajar las interacciones que surgen dentro del desarrollo de estas narrativas como ‘de juego’ (*Play*) en un momento inicial. Para ello comencemos por reconocer que intentar definir de forma universal la palabra ‘juego’ es una tarea compleja, especialmente reconociendo la diferencia de conceptos que se refieren al juego en distintas culturas, lugares, lenguajes y épocas, por lo que estaremos identificando que es el juego no a partir de una definición como tal, sino de las múltiples características que logra identificar Johan Huizinga a lo largo de todo su libro *Homo Ludens*, más específicamente en su capítulo *El concepto de juego expresado en el lenguaje* (Huizinga, 1980, pp. 28-45).

Dentro de estas características encontramos que el juego (*Play*) es una actividad que se elige ejecutar fuera de la ‘vida cotidiana’ y lo que consideramos práctico; puede ser tomado en serio, pero no es pragmático o estoico en su naturaleza; puede hacer parte de actividades que no son juegos como tal – la batalla, lo erótico, la música, etc.- y puede estar fundamentado en el desafío y la competencia (Huizinga, 1980). Este tipo de dinámica no tiene entonces una estructura o reglas específicas, no tiene una puntuación medible y puede no tener un principio y/o final.

Son este tipo de características las que se acoplan más a las narrativas a las que se dedica parte de esta investigación y, por lo tanto, las estaremos llamando “Narrativas Digitales Lúdicas en el

⁶ La traducción de esta cita directa del idioma inglés, ha sido realizada por la autora de esta Investigación.

Internet”⁷, basándonos en el título de la obra de Huizinga en relación a este tipo de dinámicas que anteriormente llamamos ‘de juego’.

1.2.3. Las NDLI Como Nuevo Concepto y Sus Características. Una vez establecidos los conceptos previos, los usaremos como la base para definir este nuevo término que estaremos introduciendo, es decir, el de las Narrativas Digitales Lúdicas en el Internet (NDLI).

Comenzaremos entonces por definir qué tipo de contenido no entra dentro de las NDLI. Primero que todo, hay que aclarar que solo porque un contenido se encuentre en Internet, permita un nivel de interacción o intervención por parte de los usuarios y presente una narrativa, no es necesariamente una NDLI. Por ejemplo, un perfil personal de una red social⁸ en el que una persona comenta algo que le pasó y en el que otros dan me gusta, no es una NDLI. ¿Pero por qué? Este ejemplo cuenta una historia (Narrativa), está compuesto de bits (Digital), está en la Web (Internet) y permite una interacción. Es tal vez en esta última parte que podemos comenzar a definir un elemento básico para poder clasificar una propuesta como una NDLI, y es que, tal como se aclaró en el apartado anterior, el tipo de interacción generado entre el contenido y los internautas, debe ser de tipo lúdico, de juego y que este tipo de interacción debe ser intencional.

En segundo lugar, es importante definir que un juego disponible en internet o que se juegue en línea, a pesar de que contenga una historia y este compuesto de bits, no es automáticamente una NDLI, ya que, tal como se describió en el subtítulo anterior, un videojuego (que cuenta con una puntuación, un inicio y final, una estructura y reglas determinadas, y unos objetivos claros, es decir está conectado al sentido de juego de *Game*) no tiene una Naturaleza tan libre y fluida como se requiere en las dinámicas lúdicas referentes al sentido de juego *Play*.

Para finalizar, cabe aclarar que cada concepto que compone a las NDLI, debe ser intencional, es decir, el creador de la propuesta debe tener como intención clara el generar una Narrativa -contar algo-, debe además haber elegido crearla y pensarla en el contexto Digital y del Internet -no ser una traducción de un medio análogo o existir separado de la web- y, finalmente, debe el creador proponer ámbito lúdico de juego con la audiencia -cualquiera que sea su nivel de participación y el alcance que consiga-. Cada una de estas partes, si bien están sujetas al cambio o evolución

⁷ Se utilizará la sigla NDLI para fines prácticos de esta Investigación

⁸ Plataforma digital en Internet que conecta a un gran número de usuarios.

naturales de cualquier propuesta abierta al público, debe haber sido pensado previamente como una parte fundamental de la Propuesta Interactiva, sólo entonces podemos hablar de una NDLI.

Para resumir, una NDLI debe tener las siguientes características:

- Desarrollar una Narrativa.
- Ser un producto digital y no la digitalización de otro medio.
- Estar creada para el contexto de Internet.
- Ser de carácter lúdico.
- Ser creada con la intención de generar una participación del público.

1.3. Arte Contemporáneo Digital y en Internet

1.3.1. Definir el Arte Contemporáneo Con el propósito de poder entrar en contexto para esta Investigación, debemos comprender el cambio generado, no solo en el arte contemporáneo, sino los cambios de paradigmas ocurridos con el arte moderno y sus cambios hacia el arte contemporáneo. Esto lo haremos con ayuda del texto de Arthur Danto *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y el linde de la historia* (1996).

El arte pensado como arte solo aparece, en el mundo occidental, a partir del Renacimiento. Como el mismo Danto describe, es a partir de este momento que el arte deja de ser el medio para otros contextos y se comienza a sostener como espacio propio que no debe, necesariamente, estar supeditado a una actividad religiosa, cultural, ilustrativa, etc. Con este espacio propio, el arte entonces da por sentado la definición de sí mismo y, a pesar de que hay discusiones entre distintas escuelas o pensamientos artísticos, no existe una búsqueda por definir que es, precisamente, el arte (1996).

El arte desarrollado desde el renacimiento en adelante, se enfoca principalmente en la mimesis y en el disfrute estético. La mimesis se refiere a la imitación de la naturaleza, es decir, intentar plasmar a través del arte lo que ve el ojo, y el disfrute estético se refiere a la necesidad por percibir lo bello desde la intuición. Lo anterior no quiere decir que el arte muestre únicamente obras realistas y hermosas durante este periodo de tiempo, por supuesto.

El interés por representar la naturaleza se da de distintas formas y a través de distintos temas; mientras el renacimiento se enfoca en la anatomía humana y el análisis de las partes que componen una obra, el barroco se centra en el uso dramático de sombras y temas teatrales o cotidianos; mientras el rococó elige como tema los placeres humanos y los muestra por medio del detalle y los colores claros, el romanticismo explora la magnitud de la naturaleza frente al hombre y lo hace por medio de imágenes oscuras y pinceladas arriesgadas. De igual manera la búsqueda del disfrute estético no se realiza únicamente desde la belleza idealizada, sino que también lo hace en una búsqueda del disfrute de la fealdad, ya sea desde un interés cómico, una representación de la maldad, la atracción por los temas ocultos o una exploración de los estados de la mente.

Es ya con la llegada del arte moderno, que el paradigma del arte da un vuelco, pasando desde esa mimesis y disfrute estético a “crear arte explícitamente para el propósito de saber qué es filosóficamente el arte” (Danto, 1996). Es decir, el arte, por primera vez en este periodo histórico, comienza a cuestionarse qué es lo que significa crear arte, que es el arte y, echando vista atrás a su propia historia, se pregunta hacia dónde se dirige.

Es debido a lo anterior que el arte moderno se convierte también en un periodo de Manifiestos, nos dice Danto (1996), y es que precisamente esta es una época en que surgen movimientos con todo tipo de búsquedas formales y temáticas, cada uno con su propio Manifiesto, ya sea creado por sus representantes artísticos, o por los críticos y revistas de arte que los analizan.

Los impresionistas se interesan por la naturaleza del color y salen a pintar al mundo exterior, haciendo uso de pinceladas fragmentadas y libres; los cubistas se van por un camino de abstracción de la realidad, abandonando la representación de un solo punto de vista, utilizando colores terrosos o pasteles; el futurismo se interesa por el movimiento y pinta el recorrido de este; el constructivismo explora nuevos materiales y crea obras en el espacio; el dadaísmo rechaza el concepto del arte mismo, explora ya no solo las artes plásticas, sino la acción y el performance como producción de obra; el surrealismo se centra en el subconsciente, lo mágico y lo automático, utilizando la pintura, el collage, la creación de objetos incongruentes, el performance y otros medios. Estos son solo algunos de los múltiples movimientos del arte moderno que expanden las posibilidades del arte e intentan definir qué es y hacia dónde se encamina. Cada uno de estos movimientos, de cierta manera, declara ser la culminación y mejor forma de hacer arte, todo esto teniendo como tema principal, en el fondo, al arte mismo y a su historia. (Danto, 1996)

El fin del arte moderno no llega con un estallido y una fecha específica, nos dice Danto, sino con la epifanía, años después, de que algo ha sucedido, ha habido un cambio que debe ser nombrado, y es que, simplemente, la respuesta del arte moderno ha sido resuelta. No hay arte mejor que otro, y absolutamente todos los movimientos surgidos dentro del contexto del arte moderno son la respuesta misma a la pregunta de qué es el arte. Ya no es necesario para el artista llevar el peso de la historia del arte consigo, ni atarse a esta para responder a una búsqueda general. Es este el fin del arte, no porque este deje de existir, sino como un capítulo de historia del arte cerrado que se inició en el Renacimiento y finalizó con el arte moderno, de igual manera entonces, se seguirá creando arte, solo que ya desde otro enfoque y visión, de cierta manera, dice Danto, un arte *posthistórico*.

Es así como llegamos al arte contemporáneo, y viene la complicada tarea de definirlo. No solo carecemos de la lente histórica que suele facilitar el análisis del pasado para delimitarlo, sino que además nos vemos ante el surgimiento de una infinitud de derroteros y formas de creación surgidas, precisamente, de la nueva libertad por parte de los artistas para explorar cualquier temática y medio formal al momento de desarrollar obra.

Lo primero que nos aclara Arthur Danto sobre el arte contemporáneo es el término que lo caracteriza. Este arte pues, es precisamente contemporáneo- es decir perteneciente a la misma época- a nosotros, pero no por ello todo arte que se produce en este momento es parte del arte contemporáneo. De la misma forma en la que un arquitecto puede desarrollar hoy en día, un edificio con todas las características de una estructura gótica, no hay nada que detenga a un artista de desarrollar una obra con parámetros clásicos, románticos o modernos, esta propuesta entonces, no haría parte del arte contemporáneo, pero a su vez tampoco de la época de la que extrae sus elementos. A su vez, si un artista explora temáticas o medios formales del pasado, pero lo hace de una manera diferente, ingeniosa o pertinente a nuestra época, esta misma propuesta puede llegar ser considerada una obra de arte contemporáneo. Es así como los requisitos para que una obra sea considerada contemporánea no se resumen entonces a una cuestión meramente temporal.

En un segundo punto, Danto nos explica que no podemos definir al arte contemporáneo por una temática, una búsqueda o un estilo. “El arte contemporáneo es demasiado pluralista en intenciones y acciones para permitir ser encerrado en una única dimensión” (Danto, 1996, pg. 39). Es entonces importante que comprendamos que, si bien podemos hablar de algunos términos generales del arte contemporáneo, la crítica que se realice a este debe ser igual de pluralista que la misma producción

artística, esto es que se tome “cada obra en sus propios términos, en términos de sus causas, sus significados, sus referencias y de cómo todo esto está materialmente encarnado y se debe entender” como el mismo Danto expone (1966, pg. 174).

Así, tal vez podemos intentar dividir al arte contemporáneo en grupos de intereses temáticos, medios formales particulares, formas de interacción con el público, enfoques de creación, etc., pero estas formas de dividir este contexto tan amplio están siempre sujetas a la subjetividad de quien las realiza y a reorganizarse con el propósito de ser comprendidas según el contexto que desee entender cada quien.

Para concluir, son las características mencionadas anteriormente lo que podemos leer en las dinámicas del arte contemporáneo hoy en día, desde una perspectiva filosófica. Ya una definición más en línea con un carácter histórico les corresponderá a las generaciones venideras, que tengan la ventaja del paso del tiempo a su favor.

1.3.2. La Escisión Entre el Público y el Arte. Una vez comprendemos los cambios ocurridos dentro del contexto artístico con la llegada del arte moderno y, más tarde, el contemporáneo, podemos entonces tocar uno de los temas más fundamentales para el desarrollo de esta Investigación, y es el de la relación del arte y el público en los últimos tiempos.

Ya hemos aclarado anteriormente el motivo tras el cambio de paradigmas del arte moderno y creo que este es uno de los puntos fundamentales que genera una grieta entre el público general y el arte. Durante siglos, el mundo occidental se rigió bajo los paradigmas de mimesis y disfrute estético como núcleo del arte, y con el paso del tiempo el museo se estableció como el lugar por excelencia para la contemplación de éste. Si bien las obras expuestas allí podrían tener otros significados e intenciones, realmente no era necesario profundizar en estos aspectos para lograr un diálogo con la obra, un diálogo basado, fundamentalmente en los sentidos, con especial énfasis en la vista en las artes visuales. De cierta forma, además, el arte se ve como una fuente de conocimiento con un aura de sacralidad, como lo dice el texto *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y el linde de la historia* (Danto, 1996).

Con la llegada del arte moderno llega la necesidad de tener un conocimiento previo, de entrar en contexto antes de poder comprender los motivos detrás de los nuevos medios formales y estilos explorados por los artistas. Sumado a esto se hace necesario estar al tanto de múltiples nuevas formas de creación y la idea- completamente contraria a un arte sagrado de conocimiento- de un

arte que puede no tomarse completamente en serio a sí mismo. Si a esto se le añade la carencia de una educación artística que busque darle el contexto necesario al público general, se hace más que lógico que este no va a encontrar nada de valor en un arte que no comprende.

Una forma fácil de ejemplificar esto es la obra de Piero Manzoni 'Mierda de Artista' (1961), una obra que, precisamente, critica y cuestiona hasta qué punto todo lo que haga un artista puede ser considerado arte. Un trabajo con bases conceptuales, históricas y formales completamente válidas para alguien que conozca el contexto del que surge. Por otra parte, para un espectador ajeno a todo este contexto, la mera naturaleza de la propuesta, su aceptación como obra artística y, además, su alto precio monetario, se convierten fácilmente en un sinsentido.

El público desconocedor puede aceptar como arte a obras modernas que se asemejen a los antiguos paradigmas conocidos, por ejemplo, las pinturas impresionistas de Claude Monet resultarán bellas para muchos, mientras que los *ready made* de Marcel Duchamp le parecerán un disparate. Como dice el mismo Danto "se necesita poseer ciertos conocimientos para vivir estas experiencias, y se trata del tipo de conocimiento que debe ser transmitido a la gente para tener estas experiencias" (Danto, 1996, pg. 213). De igual forma esta disonancia entre lo que se conoce como arte y lo que produce el arte se perpetúa hasta la contemporaneidad.

Otro aspecto a tomar en cuenta al analizar esta escisión entre público general y arte es el de las necesidades de este último. La gente está sedienta de arte, nos dice Danto en su texto, pero no es un arte que instituciones como los museos puedan darles, aunque intenten adaptarse a las nuevas formas de creación llegadas con la pluralidad del arte contemporáneo. El museo, espacio más visible para el arte, se convierte entonces en un recuerdo de las salidas pedagógicas del colegio o un edificio más, y es que lo que verdaderamente desea el público es "un arte propio", un arte en sintonía con sus vivencias, que los haga partícipes, "un arte basado en la comunidad" (Danto, 1996, pg. 205)

Si tomamos todo lo anterior en cuenta se hace más notorio el porqué de un alejamiento del público con el concepto mismo del arte hoy en día. No es que en la inmensidad del arte contemporáneo no haya habido artistas y obras que se acerquen más a estos públicos, sino que, tal vez, no son tan visibles como todo lo que los separa.

1.3.3. Arte Digital. Una vez comprendido el contexto del arte contemporáneo, sus orígenes y sus retos, podemos entonces introducir el término *Arte Digital*. El arte digital, como nos dice Christiane Paul en *Digital Art* (2015), tiene sus raíces fuertemente ancladas en la

interactividad producto de búsquedas del arte moderno de artistas como Jhon Cage o movimientos como Fluxus, especialmente en el carácter interactivo de sus propuestas.

El uso de tecnologías digitales por parte de artistas tiene un largo historial, pero se establece de forma concreta, nos dice Paul, entre mediados y finales de los años 90, con la incorporación de obras de Arte Digital en museos y galerías, haciendo que esta se ‘oficialice’, de alguna manera (2015).

Ahora, es importante considerar que el termino Arte Digital, no se refiere a una sola estética o forma de creación, sino que es más un concepto que engloba al arte que hace uso de las tecnologías digitales dentro de sí- ya sea como herramienta o como medio-. Es decir, el Arte Digital es tan diverso como tecnologías y formas en que estas se pueden utilizar. Este vínculo con la tecnología hace que se genere un punto de conexión con otras áreas del conocimiento, involucrando a artistas con ingenieros, programadores, arquitectos y demás.

Debido a todo lo anterior el Arte Digital se vuelve entonces un espacio multidisciplinario, diverso e interactivo, que desafía los conceptos más tradicionales de obra, público y artista, nos explica Paul (2015). La obra, debido a su carácter digital, se vuelve una estructura que exige que se le de información; el público participa con la obra, y deja de ser solo espectador para interactuar con ella como lo haría con un performance, llegando incluso a colaborar en su desarrollo; el artista se aleja de la imagen de creador de objetos, pasando a ser más un intermediario entre obra y público, proponiendo posibilidades y generando un espacio que las facilite.

La naturaleza híbrida y en algunos casos impalpable del Arte Digital ha generado un debate respecto a su aceptación dentro del contexto del arte, más específicamente el mercado del arte. Mientras que algunas propuestas como aquellas de carácter instalativo pueden ser tratadas como un objeto artístico- en cuanto sus componentes existen en el mundo real-, otras propuestas que existen únicamente en el espacio virtual presentan una mayor dificultad al momento de valorar en términos monetarios. (Paul, 2015) Esto se vuelve particularmente cierto con propuestas de fácil y libre acceso, como podrían aquellas desarrolladas en Internet.

1.3.4. El Net.Art. El arte en el contexto del internet, conocido principalmente bajo el termino Net.Art, no se refiere a cualquier obra de arte que se pueda ver en internet, sino que habla, específicamente, de aquellas obras desarrolladas con el propósito específico de utilizar las herramientas que ofrece la web, además de estar presente en el internet mismo.

El Net.Art, surgido originalmente a finales de los años 90, aparece en lo que Danto ya consideraría el tiempo del arte contemporáneo en su texto *Después del fin del Arte: El Arte Contemporáneo y el Linde de la Historia* (1996), pero aún tiene sus raíces arraigadas en algunos elementos del arte moderno, como nos dice Rachel Greene en su texto *Internet Art* (2004). Artistas como Marcel Duchamp y movimientos como el Dadá y Fluxus, son inspiraciones comunes entre muchos de los pioneros del Net.Art.

El Net.art es visto de maneras opuestas por parte de críticos y conocedores del arte contemporáneo. Mientras que algunos lo ven como una posibilidad artística novedosa, refrescante e ingeniosa, otros tantos -aquellos más aferrados al arte más tradicional y académico- lo ven como un medio creativo menor y casi infantil. Tal vez esta separación dentro del mismo contexto del arte se da debido a su carácter más independiente, que simplemente no necesita de sistemas establecidos como lo son los espacios de galería y museo, así como el hecho de que la creación realizada en las propuestas de Net.art no se hace en el campo de lo físico y lo plástico, sino en un espacio no tangible (Greene, 2004).

El internet entonces se convierte en un espacio para las artes plásticas desde sus comienzos, cuando este aún se encuentra en una etapa algo primitiva y, aunque haya diferencias dentro del contexto del arte sobre su relevancia o pertinencia, es innegable que se ha establecido como el medio predilecto de todo un grupo de artistas contemporáneos, quienes se han ido diversificando conforme la misma web ha crecido e integrado nuevas tecnologías y espacios.

1.3.5. El Concepto de Arte Contemporáneo Digital y en Internet y sus Características. Ya con el contexto histórico anterior, así como los conceptos establecidos, podemos definir un nuevo término que se estará utilizando en esta investigación, el de Arte Contemporáneo Digital en Internet (ACDI).⁹

Comencemos entonces por especificar qué tipo de propuestas son las que entran en la categoría de Arte Contemporáneo Digital en Internet. Para este grupo contaremos entonces toda propuesta artística -es decir, desarrollada por su creador para el contexto del arte o bajo el concepto del arte- que entre en el arte contemporáneo, que incluya elementos digitales - compuesto por bits-, o del internet y que establezcan una dinámica interactiva lúdica con su público.

⁹ Se utilizará la sigla ACDI para fines prácticos de esta Investigación.

Para el concepto de Arte contemporáneo estaremos teniendo en cuenta el aspecto tanto temporal de una propuesta, como el interés principal de su creador o grupo de creadores. El motivo por el que se abarcarán propuestas tanto digitales como en internet, y tanto virtuales como que incluyan elementos físicos es debido a que, gracias a la enorme diversidad dentro del arte contemporáneo, el tipo de interacción que busca investigar esta Investigación puede encontrarse en propuestas con múltiples medios dentro de sí misma, no solo aquellas encontradas únicamente en el Net.art, por lo que, para poder hacer un análisis completo y equitativo entre los dos Universos de investigación, se seleccionaran propuestas que entren dentro de este espectro.

Se pueden, entonces, resumir las características de una obra de ACDI así:

- Ser una obra de carácter artístico.
- Entrar dentro de los parámetros del Arte Contemporáneo.
- Contener elementos digitales y/o del internet como parte fundamental de sí misma.
- Propiciar una participación lúdica por parte de su público.

1.4. Propuestas Interactivas

Para finalizar, se estará usando el término de Propuestas Interactivas, para englobar todas las narrativas, propuestas y obras que hacen parte del análisis de este estudio, sin discriminar según el Universo de investigación al que pertenecen, sean ACDI o NDLI, con el fin de evitar confusiones posteriores. Así mismo, se estará usando simplemente la palabra Propuesta para resumir el termino de Propuesta Interactiva. A partir de este punto entonces, cada una de las unidades de análisis se denominará de esta manera.

Capítulo 3: Descripción Cualitativa de Propuestas Interactivas.

1. Descripción de las Propuestas Interactivas

1.1. Unidades de Análisis del Universo 1: NDLI (Narrativas Digitales Lúdicas en Internet)

1.1.1. The Sun Vanished (2018) Aidan Elliot. ‘The sun vanished’, es una Propuesta Interactiva, cuyo grado de popularidad se evidencia en los aproximadamente 518.000 seguidores en Twitter/X a la fecha de escrita esta investigación, así como con la cantidad de videos de YouTube realizados por su público referenciándola, con una suma de más de 18 millones de vistas y 960 mil me gusta.

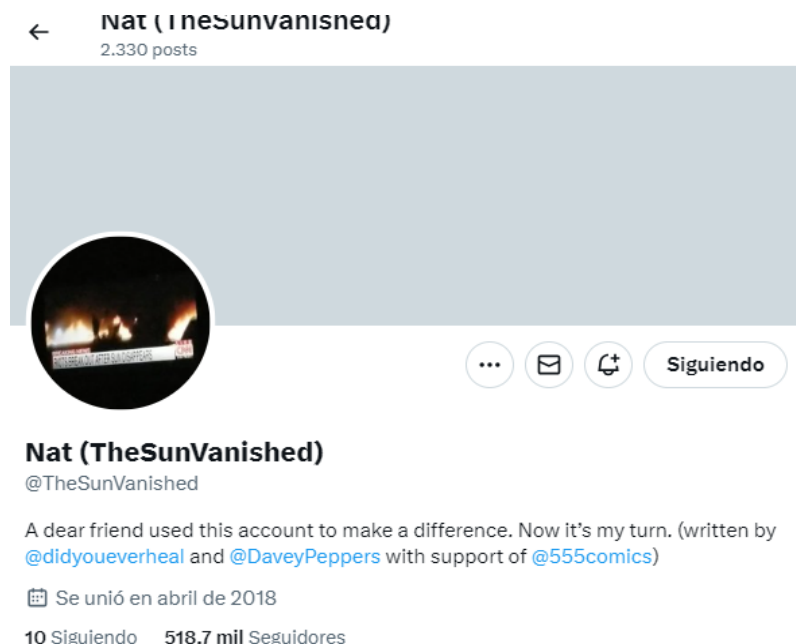


Figura 2. (marzo 2024) Perfil de The Sun Vanished.
Nota: Captura de Pantalla tomada de Twitter/X.

Originada en Twitter por un creador anónimo que luego salió a la luz bajo el nombre de Aidan Elliot (ver Figura 2), esta narrativa permitió al público, cada cierto tiempo, alterar el curso general de la historia, mediante el uso de herramientas como encuestas, respuestas y me gusta en la red

social (ver Figura 3), de forma que cada decisión narrativa fue tomada integrando las respuestas de la comunidad. De esta manera se construyó de forma colaborativa la dirección narrativa de la propuesta en tiempo real, utilizando estas herramientas que el público ya había visto usar a personas públicas, usuarios corrientes o *influencers*¹⁰, quienes las usaban para conocer la opinión general del público sobre un tema, ver qué tipo de publicaciones preferirían, etc.

La historia comienza con una serie de publicaciones en Twitter/X [twitter.com/TheSunVanished] por parte de una nueva cuenta bajo el nombre TheSunVanished (TSV) en la cual el primer personaje central -llamado también TSV por la audiencia- afirma que el sol ha dejado de salir, mostrando supuestas pruebas videográficas, una grabación de las noticias e incluso interactuando con los primeros internautas que se la encuentran quienes, consternados, comentan que ellos si pueden ver el sol perfectamente.



Figura 3. (marzo 2024) Uso de respuestas en *The Sun Vanished*.
Nota: Captura de Pantalla tomada de Twitter/X.

Una vez el público ya conoce el contexto de *The Sun Vanished*, la narrativa pasa de tener un único personaje -el llamado TSV- a introducir nuevos personajes y sucesos, explorados a través de varias cuentas de Twitter auxiliares que se comunican tanto con la cuenta principal como con los usuarios. Con la aparición de estos nuevos personajes, la Propuesta comienza a explorar entonces el concepto de *las relaciones humanas*.

La trama se ha dejado ya leer como una historia postapocalíptica, donde seres extraterrestres acechan en la oscuridad y comienzan a controlar a los humanos que encuentran volviéndolos sus

¹⁰ Dícese de una personalidad conocida en internet, generalmente mediante el uso de Redes Sociales, cuyo estilo de vida, opiniones, conocimientos y demás, pueden influenciar en el público que la sigue.

marionetas y usándolos para atraer a otras personas, haciendo dudar a los supervivientes de quien es aliado o enemigo y logrando generar un terror tangible a través de la pantalla, similar al generado por películas *found footage*¹¹, pero que empieza a centrarse en las dificultades presentadas por personajes con distintos estilos de vida, edades, opiniones y sentimientos exacerbados por un contexto de supervivencia.

El uso del tiempo real permite que incluso la falta de actualizaciones pueda leerse dentro de la narrativa, dando pistas sobre la situación de los personajes, permitiendo al público preguntarse si cada silencio significa que han quedado incomunicados, están descansando o se encuentran en problemas.

Esta Propuesta Interactiva finaliza la línea narrativa del primer personaje que conoce el público - el creador original de la cuenta nombrado TSV- cuando este parece fallecer, abriendo las puertas a otras historias nuevas protagonizadas por otros personajes como Nat, quien toma control de la cuenta de Twitter/X en adelante para continuar una nueva trama.

Toda la propuesta está fuertemente fundamentada en el conocimiento intrínseco de la cultura de internet, un detalle cuidadoso en el uso del tiempo, así como los conocimientos cinematográficos de Aidan Elliot, el creador de la narrativa. La financiación económica de esta propuesta aún no ha sido identificada.

¹¹ En español ‘Metraje encontrado’ es un tipo de material, principalmente audiovisual, que es construido para parecer verídico y grabado de forma casera o por un aficionado y dar la sensación de pertenecer a la realidad y haber sido encontrado por alguien más.

1.1.2. Hi I'm Mary Mary (2016) -k. Esta Propuesta Interactiva, desarrollada en las redes sociales de Twitter/X (ver Figura 4) [twitter.com/hithereiammary] y YouTube (ver Figura 5)



Figura 4. (marzo 2024). Perfil de Hi I'm Mary Mary 1.
Nota: Captura de pantalla tomada de Twitter/X.

[youtube.com/@hiimmarymary923], funciona siguiendo el formato de un diario donde Mary, la protagonista, deja registro de lo que le pasa por medio de posts y videoblogs.

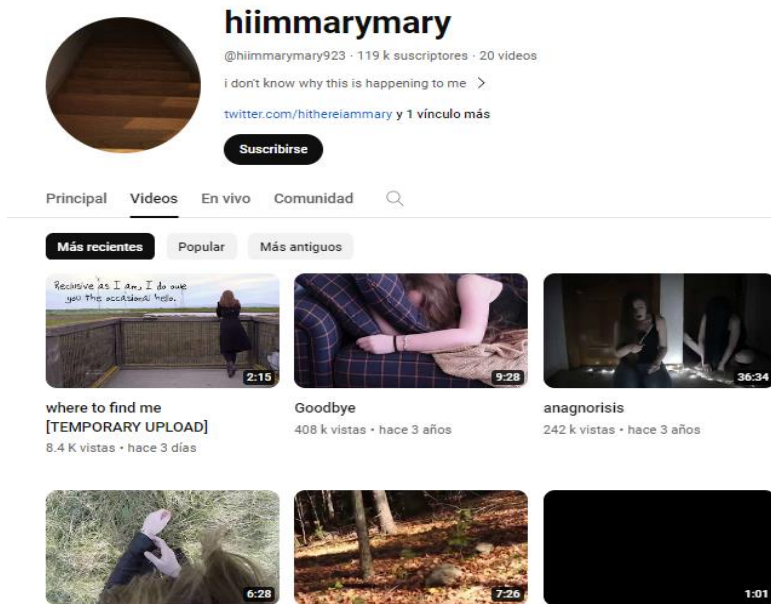


Figura 5. (marzo 2024). Perfil de Hi I'm Mary Mary 2.
Nota: Captura de pantalla tomada de YouTube.

Con 15.570 y 119.000 seguidores en cada red social, así como videos de otros creadores de contenido que la referencian o resumen, sumando más de 11 millones de reproducciones y 400 mil me gusta sobre la Propuesta, podemos afirmar que esta se encuentra bien establecida en el contexto de otras narrativas similares.

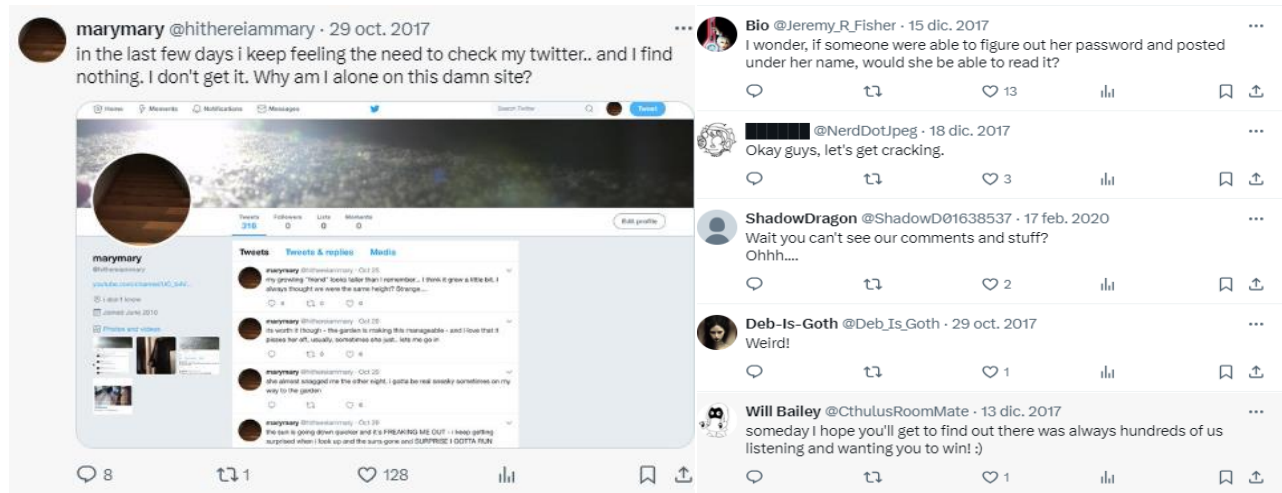


Figura 6. (marzo 2024). Uso de edición de imágenes en Hi I'm Mary Mary
Nota: Captura de pantalla tomada de Twitter/X.

La Propuesta comienza entonces con la creación de las cuentas de Twitter/X y YouTube por parte de la protagonista, quien describe que se encuentra atrapada en lo que parece ser una copia de la casa de sus padres, sin posibilidad de salir al mundo exterior y completamente aislada. Este aislamiento aumenta cuando, a pesar de tener acceso al Internet, Mary muestra por medio de capturas que también se encuentra sola en la virtualidad, con ningún seguidor, respuesta o comentario en YouTube o Twitter (ver Figura 6). Esto, por supuesto, no es real, ya que para este punto la situación de Mary ha captado la atención de algunos internautas, quienes, a pesar de querer ayudarla, se encuentran con una barrera tanto física como digital que la separa del mundo.

Por un tiempo entonces, el público se ve como un simple espectador del sufrimiento de Mary, quien se encuentra atrapada con monstruos que la atormentan. Las apariciones que la persiguen pueden identificarse en cinco nuevos personajes: Una figura cubierta por un velo negro que murmura insultos, una mujer enmascarada que se burla de ella desde los espejos, una silueta antropomorfa que la acosa mientras intenta dormir, una masa de oscuridad agresiva que ataca sin avisar y una mujer de blanco que se cubre el rostro con las manos. (ver Figura 7).

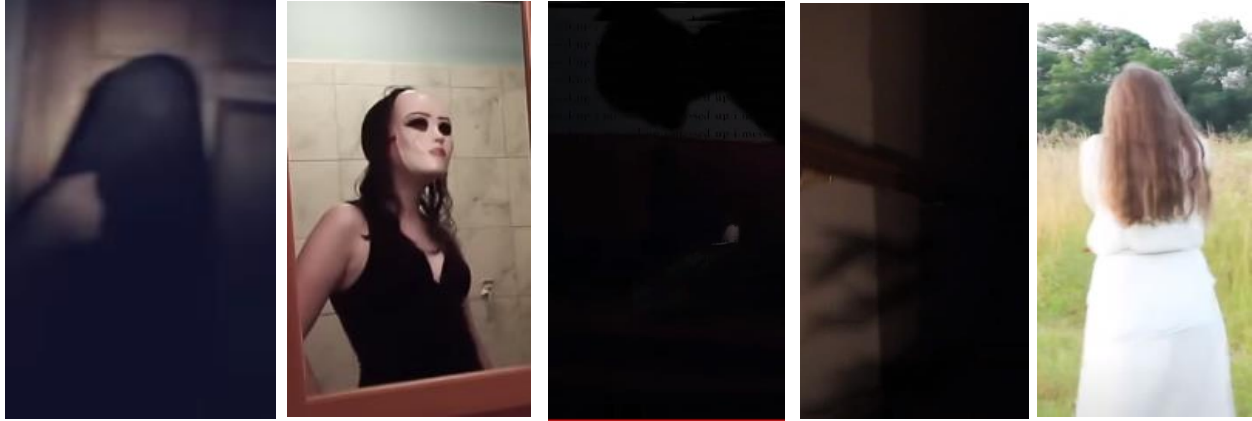


Figura 7. (marzo 2024) *Los monstruos de Hi I'm Mary Mary*.
Nota: Capturas tomadas de los videos de YouTube de la propuesta.

Es solo cuando vez Mary intenta hacer frente a estas criaturas que la barrera que la aleja de los demás desaparece y el público tiene entonces la oportunidad de comunicarse ella por primera vez para intentar ayudarla por medio de mensajes, comentarios, respuestas y los resultados que dan a algunas encuestas. Estas interacciones comienzan entonces a tener un impacto en la narrativa de *Hi I'm Mary Mary*, así como en el estado mental de su personaje central.

Desde el comienzo de la Propuesta han estado surgiendo pistas que hacen al público notar que algo pasa con Mary. En la forma de textos que aparecen por instantes en sus videos, el hecho de que constantemente oculte su rostro y actitudes como cortar la cabeza de sus fotografías, se hace notorio que la propuesta alude a la lucha de una persona intentando sobreponerse a sus propios demonios, aislada tanto metafórica como literalmente de los demás. Ansiedad, autodesprecio, depresión e insomnio, son todos los elementos que componen a las criaturas de pesadilla que atormentan a Mary por las noches y que, lentamente, intentan apoderarse también de sus pocas horas de paz en el día.

La forma en la que *Hi I'm Mary Mary* transforma un concepto abstracto como lo es el de los trastornos y luchas psicológicas en imágenes más fáciles de comprender, hace que el público pueda conectar con el tema, así como preocuparse genuinamente por la integridad de una protagonista con la que pueden sentirse identificados. Los internautas pueden entonces no solo seguir el proceso vital de Mary propuesto en la narrativa, sino impactar en este por medio de sus interacciones.

Hi I'm Mary Mary es una propuesta complejamente humana, en la que los conocimientos profesionales en medios audiovisuales y un entendimiento personal del tema por parte de la creadora- a quien solo conocemos como -k.-, deriva en una narrativa que invita a la empatía a la

vez que, al compromiso de su público, quienes sienten una responsabilidad de seguir y apoyar a la protagonista hasta el final, sin dejar una historia en la que pueden impactar a medias.

Finalmente, la financiación de esta Propuesta es desconocida, pero se pueden intuir dos fuentes principales, siendo la primera el trabajo de su creadora y la segunda los ingresos que pueda tener debido a los suscriptores de sus cuentas ya monetizadas. Esta última es la opción más probable de ingresos que sostuvieron a la Propuesta, ya que la plataforma de YouTube permite monetizar videos a partir de los 500 y 1.000 suscriptores con distintos beneficios, y tanto la cuenta principal de la Propuesta (con 119.000 seguidores) [youtube.com/@hiimmarymary923] como la cuenta personal de la creadora (con 12.500 seguidores) [youtube.com/@k.6068] superan este número con creces.

1.1.3. Petscop (2017) Tony Domenico. Esta Propuesta Interactiva desarrollada por Tony Domenico es lanzada inicialmente en YouTube [youtube.com/@Petscop], con una serie de GamePlays¹² de un supuesto juego incompleto de PlayStation (ver Figura 8). Con más de 405 mil suscriptores a la fecha, 22 millones de vistas solo en el canal original y una popularidad sostenida a través de los años según Google Trends, es considerada “de culto” por algunos usuarios debido a su impacto en propuestas posteriores y su mención recurrente en compilaciones de propuestas de naturaleza similar.

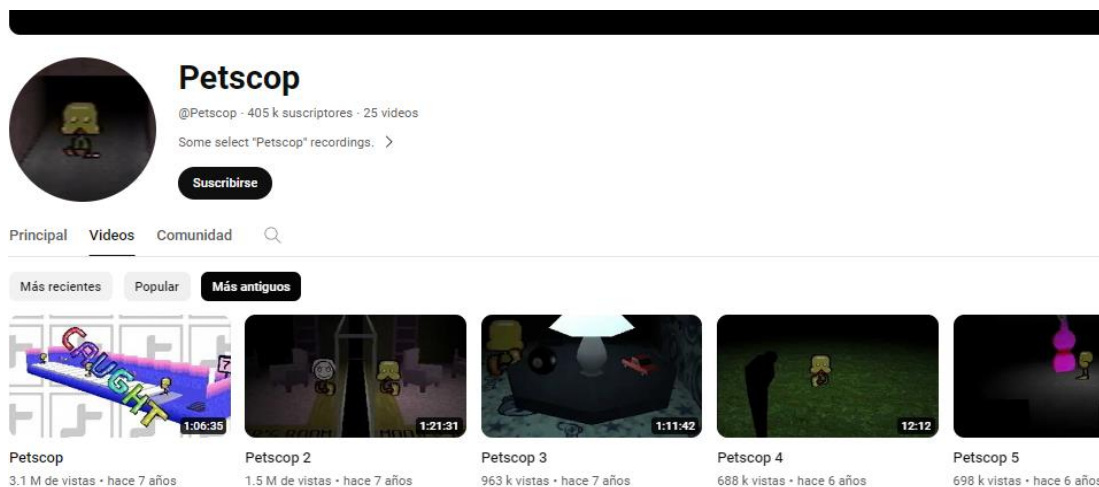


Figura 8. (marzo 2024) Perfil de Facebook.
Nota: Captura de pantalla tomada de YouTube.

¹² Video o conjunto de videos en los cuales un individuo graba su proceso de juego, generalmente de un videojuego, para compartir su experiencia con otros usuarios.

Aunque en un comienzo *Petscop* parece un juego muy parecido a otras producciones de la consola PlayStation, este se transforma en una narrativa de carácter complejo, que, aunque abierta a muchas lecturas según el mismo creador, explora claramente temas como las falencias del sistema de acogida de menores en Estados Unidos, la negligencia parental y las secuelas del maltrato infantil. La propuesta utiliza el concepto de “mascotas” como una metáfora para hablar de como muchos niños en este contexto son vistos como algo que puede ser adoptado y luego devuelto una vez es considerado “problemático” al poco tiempo, pasando de hogar en hogar, haciendo un símil, además, entre las condiciones inhumanas y malos tratos que en el pasado se consideraban normales para manejar animales, y la situación en la que viven muchos menores en el sistema de acogida.



Figura 9. (marzo 2024). Uso de metáforas, referencias, pistas y acertijos en *Petscop*.
Nota: Capturas de pantalla tomadas de YouTube.

Ya desde el comienzo el estilo visual del supuesto juego, que a pesar de ser fantástico tiene sitios oscuros que rompen por completo con esto, así como varias frases que parecen ocultar un significado más profundo, hacen que el público intuya que hay algo escondido en esta narrativa. A medida que la Propuesta continua, comienzan a aparecer acertijos, metáforas, referencias y pistas

que apuntan al concepto principal del maltrato infantil y a establecer conexiones entre este y su protagonista (ver Figura 9).

El público se transforma entonces en un equipo de detectives que, por medio de comentarios, videos y publicaciones, comparten sus propios descubrimientos y teorías, analizando cada actualización a profundidad e involucrándose con la trama planteada por el creador.

Durante casi la totalidad de esta Propuesta Interactiva, el creador de *Petscop* se mantiene anónimo, de forma que los internautas no comparen sus Propuestas anteriores con *Petscop* e intenten sacar conclusiones de este modo, sino permitiendo a esta Propuesta sostenerse por sí misma ante el público, sin que este sea influenciado.

El público, en este caso, no puede cambiar la dirección de la Narrativa ni influir en lo que les pasa a los personajes dentro de esta, pero es necesario que exista una inmersión por parte de los internautas en la propuesta para desentrañar el misterio propuesto por el creador, quien solo se revela como tal una vez la narrativa está ya cerca de su final.

Esta propuesta se soporta fuertemente en el conocimiento de las características tanto visuales como técnicas de los juegos de PlayStation de los 90, los conocimientos de programación por parte del creador, el formato ya conocido de las series de GamePlays en la web y otros elementos propios del contexto. Es posible que la Propuesta se haya financiado por medio de la monetización de videos en YouTube, ya que el canal cuenta con más de 405 mil suscriptores, superando los 500 que exige la plataforma para comenzar a monetizar.

1.1.4. Catastrophe Crow (2020) Adam Butcher. Surgida en YouTube, los videos que componen esta propuesta cuentan con más de 1 millón de visualizaciones y 59 mil me gusta, sin contar los videos desarrollados por otros creadores explicando o teorizando con respecto a esta, con comunidades activas en foros de Discord y Reddit¹³, así como documentos colaborativos¹⁴ creados por parte del público en múltiples idiomas con el propósito de desentrañar su historia.

¹³ Plataformas que permiten la creación de comunidades alrededor de un tema, ya sea en la forma de un foro o servidores de mensajería.

¹⁴ Documentos en línea que permiten la edición por parte de varios usuarios de forma remota y que son construidos de manera colaborativa.

Catastrophe Crow, conocida también como Crow 64 o Catastrophe Crow 64, es lanzada de forma masiva como un falso documental en el canal de YouTube de Adam Butcher, creador de la Propuesta y conocido YouTuber¹⁵ y director de cortometrajes (ver Figura 10). En el video titulado “What happened to Crow 64” [<https://www.youtube.com/watch?v=irEb9TS9yEk&t=298s>], Butcher introduce un juego nunca antes visto que dice haber encontrado revisando unas revistas de los 90.



Figura 10. (marzo 2024). Falso documental que introduce a Crow 64.
Nota: Captura de pantalla tomada de YouTube.

Mostrando imágenes de blogs, grabaciones de noticias y videos de conferencias antiguas (ver Figura 11), Butcher procede a hablar del proceso de desarrollo del juego, siguiendo el formato de un documental, para luego comentar que ha logrado obtener el cartucho con la que es, posiblemente, la única copia de Crow 64 sin completar. Tras lo anterior, Butcher hace un corto GamePlay mostrando el juego y sus dinámicas antes de finalizar el video. Dentro de esta primera mirada a como es el supuesto juego, ya se logran identificar varias escenas que conectan con la historia del personaje principal de la narrativa: Manfred Lorenz.

¹⁵ Usuario que crea contenido en la plataforma de YouTube de forma continua y, generalmente, para un público establecido de seguidores.

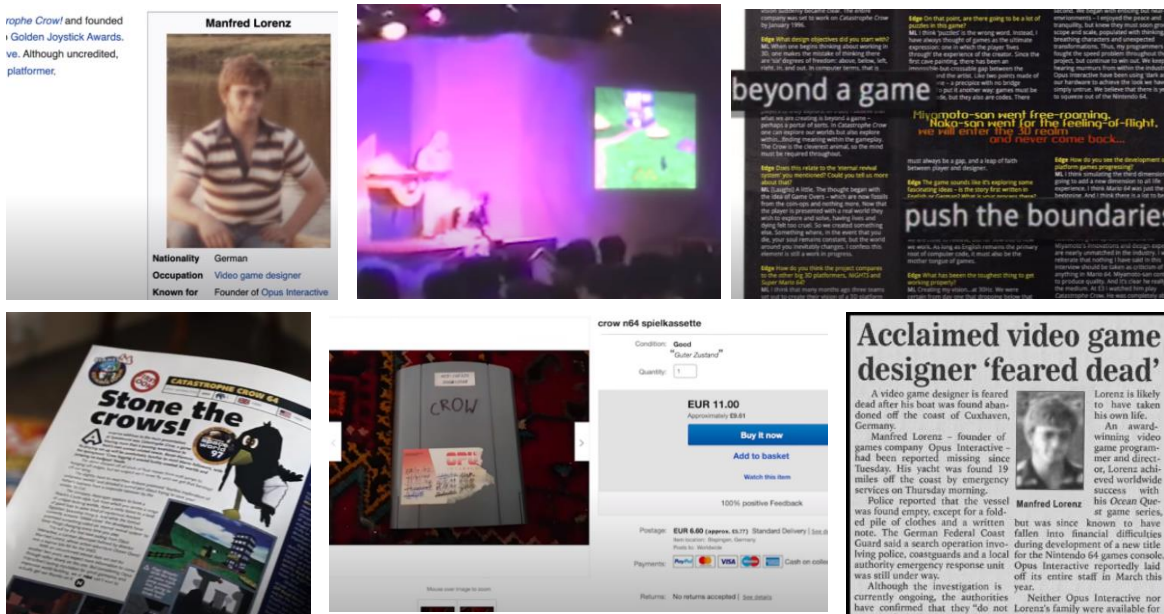


Figura 11. (marzo 2024). Material inventado por el creador de Crow 64 para el falso documental.
 Nota: Capturas de pantalla de YouTube.

La narrativa sigue al personaje de Lorenz, desarrollador de juegos y dueño de la compañía ficticia *Opus Interactive* quien, al perder a su hija, comienza a procesar el luto enfocándose completamente en el juego que estaba creando para ella, siendo este Crow 64. A través del supuesto documental, se dejan entrever pistas de un misterio ocurriendo en el trasfondo de peleas corporativas y disputas familiares que causa intriga al público y hace que comience una búsqueda por más contenido al respecto.

A diferencia de otras propuestas, *Catastrophe Crow* no se desarrolla únicamente en una cuenta de la plataforma, sino que esconde sus pistas a través de varias cuentas de YouTube secundarias. El público encuentra entonces contenido subido por estas cuentas con meses de diferencia mostrando GamePlays, la banda sonora oficial del juego y más material, cada elemento con nuevas pistas ocultas y llaves para lograr resolver pistas anteriores escondidas en el video de Butcher. Esta narrativa se comienza a extender aún más cuando, más allá de YouTube, salen a la luz cuentas de Twitter y correos electrónicos que se entrelazan con la historia y traen nuevos personajes.

Crow 64 explora conceptos como el luto, el miedo a la muerte, la depresión y el fracaso.

Esta Propuesta Interactiva se desarrolla utilizando los conocimientos de su creador sobre juegos antiguos, así como las dinámicas de YouTube, plataforma en la que Butcher tiene experiencia. Se puede intuir que la financiación de la propuesta viene de las ganancias generales de su creador como YouTuber.

1.1.5. Daisy Brown (2017) Jules Dapper. Tal vez una de las Propuestas Interactivas que más permite ver las posibilidades que ofrece el internet para ideas creativas utilizando elementos simples es Daisy Brown. Su desarrollo no requirió un conocimiento técnico avanzado o herramientas costosas, sino que usó recursos de manualidades como marionetas de papel mache y un programa básico de edición de video.

Daisy Brown se desarrolla en las redes sociales de Twitter/X [twitter.com/daisybrownreal] y YouTube [https://www.youtube.com/@daisybrown6516] (ver Figura 12 y Figura 13), donde la protagonista de la propuesta, Daisy, presenta al público a Allan, el monstruo creado por su padre al que le corresponde alimentar y cuidar ahora que este último ha desaparecido.



Figura 12. (marzo 2024). Perfil de Daisy Brown 1.
Nota: Captura de Pantalla tomada de Twitter/X.

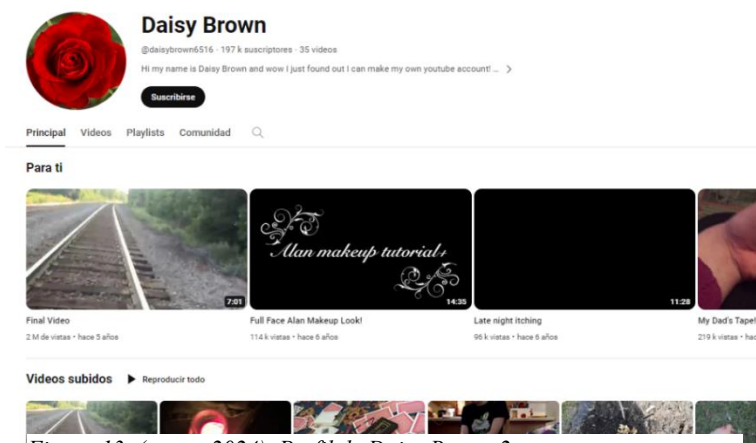


Figura 13. (marzo 2024). Perfil de Daisy Brown 2.
Nota: Captura de Pantalla tomada de YouTube.

Con 14 mil y 197 mil seguidores en X y YouTube respectivamente y videos creados por el público hablando de la Propuesta con más de 9 millones de vistas, esta logró llegar a un número de usuarios considerable, estando a la altura de otras propuestas con un mayor presupuesto. El personaje de Daisy se comunica directamente con el público que sigue su historia, respondiendo a preguntas en Twitter y a comentarios en YouTube, y la interacción con este se hace necesaria para generar un avance en la narrativa de forma natural. El uso de las redes sociales como espacio de creación permite que el concepto escondido en la propuesta de *Daisy Brown* se dé una forma más personal y humana, generando una conexión entre protagonista y público.

Daisy no ha tenido acceso al internet nunca antes, ni tampoco mucho contacto con el mundo exterior fuera de su padre, cosas que son notables en su forma de escribir, la ingenuidad que posee al comunicarse, la apariencia de sus redes sociales, la forma en que edita sus videos y en pequeñas anécdotas que relata de su infancia, como el hecho de que estaba acostumbrada a una máquina de escribir y le cuesta teclear en la computadora que encontró en el ático, por medio de la cual apenas se está enterando de que es la Web y que pasa fuera de su casa (ver Figura 14).

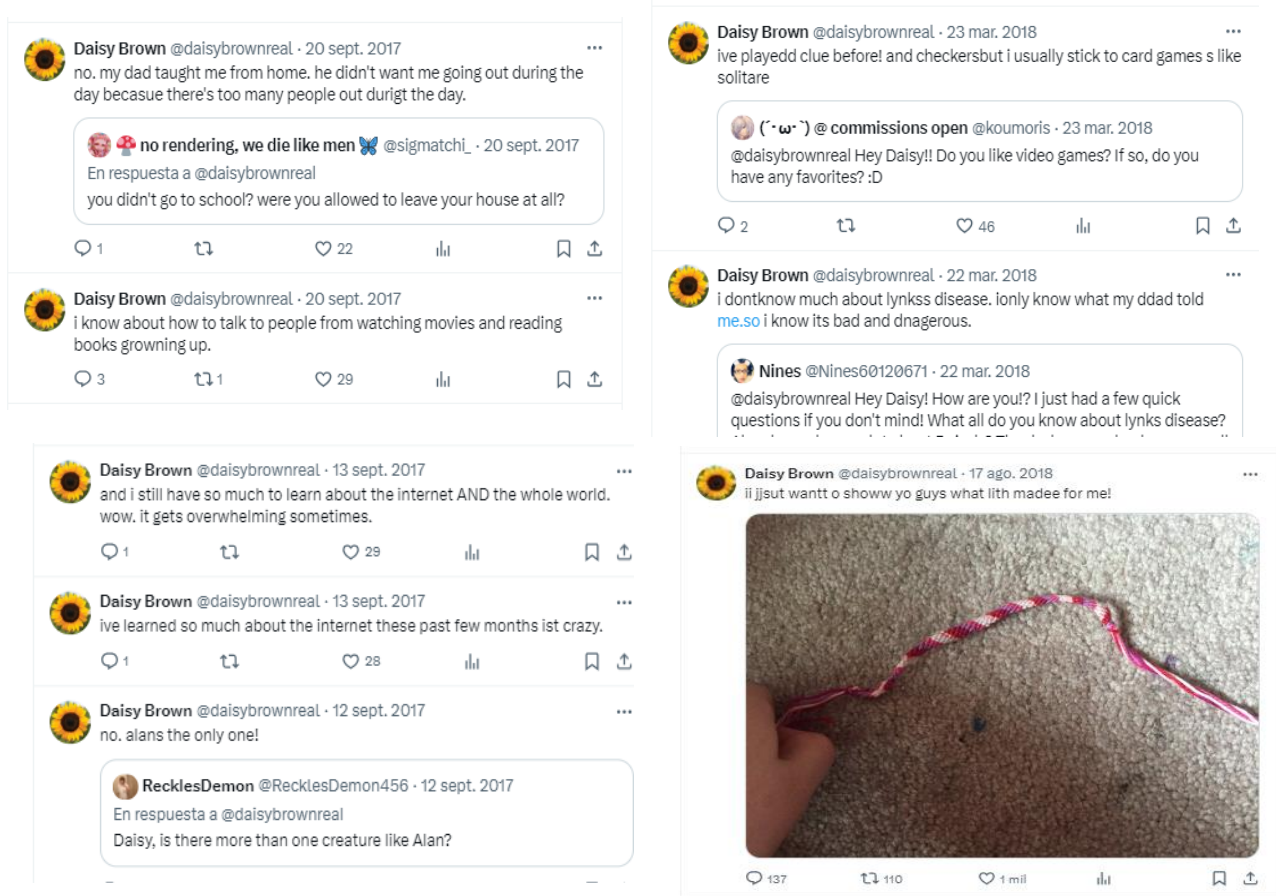


Figura 14 (marzo 2024). Caracterización de Daisy Brown mediante formas de escritura, anécdotas, tipo de publicaciones y comunicación con el público.

Nota: Capturas de Pantalla tomadas de Twitter/X.

La propuesta deja entonces pistas sobre la narrativa en las anécdotas y conversaciones de la protagonista, así como utilizando subtítulos ocultos en YouTube (ver Figura 15), que muestran diálogos fuera de contexto con el material del video, pero que se expanden sobre el pasado de este personaje y permiten intuir que algo está pasando y ha estado pasando con Daisy durante mucho tiempo.

Lo que comienza entonces como una historia de ciencia ficción en la que un científico crea a un ser inhumano, se convierte en una exploración de problemáticas más humanas y actuales como la negligencia parental, el maltrato infantil, las secuelas de un crecimiento sin contacto social y, el concepto más importante de todos, la repetición de ciclos de violencia en las víctimas de abuso. Esto último se vuelve entonces parte fundamental de la historia cuando Allan comienza a crecer en tamaño y consciencia, y sus diálogos ocultos nos muestran que está desarrollando un carácter violento y pensamientos similares al mismo padre de Daisy.



Figura 15. (marzo 2024). Ejemplo de uso de pistas en *Daisy Brown*.
Nota: Captura de Pantalla tomada de YouTube.

En una similitud aterradora con la realidad, el público solo puede aconsejar a la protagonista a través de la distancia de una computadora, viendo la situación desenvolverse, pero solo siendo capaz de alentar a la propia Daisy para escapar de esta.

Así, la creación de un monstruo por parte de otro monstruo se vuelve un tema tanto literal como metafórico en la narrativa, permitiendo al público conectar de forma emocional con la situación de Daisy, cuyo personaje ha sido cuidadosamente creado para generar empatía.

Daisy Brown demuestra que el correcto uso de las herramientas y posibilidades del internet pueden abrir espacios para propuestas que no necesiten presupuestos altos, siempre y cuando contengan un cierto nivel de creatividad, pasión y genuinidad. El financiamiento para *Daisy Brown* parece haber salido de los recursos personales de la creadora- quien era una estudiante universitaria

durante el desarrollo de la Narrativa-, ya que comenzó siendo algo más personal, razón por la que el presupuesto era pequeño desde el comienzo.

1.1.6. I am Sophie (2020) Somnio Productions y Tom Ransom. *I am Sophie* es quizá todo lo opuesto a *Daisy Brown*. Utilizando redes sociales como Instagram [[instagram.com/iamsophiereal](https://www.instagram.com/iamsophiereal)], Twitter/X [twitter.com/iamsophiereal] y YouTube [[youtube.com/@iamsophie](https://www.youtube.com/@iamsophie)], así como una falsa tienda virtual [www.shopiamsophie.com], esta propuesta apropia la estética de *influencers* adinerados, con elementos e imágenes que reflejan un estilo de vida lujoso como vehículos de alta gama, viajes a lugares paradisíacos, propiedades exclusivas y contenido de calidad profesional. Con un gran presupuesto monetario, proveniente de sus creadores, *I am Sophie* se permite utilizar herramientas como los anuncios de YouTube, el alquiler de inmuebles de lujo, la contratación de actores y demás para desarrollarse. Con más de 3 millones de visualizaciones y 55 mil seguidores solo en YouTube, así como un premio en el *Rhode Island International Film Festival*, esta Propuesta logró un alcance considerable.

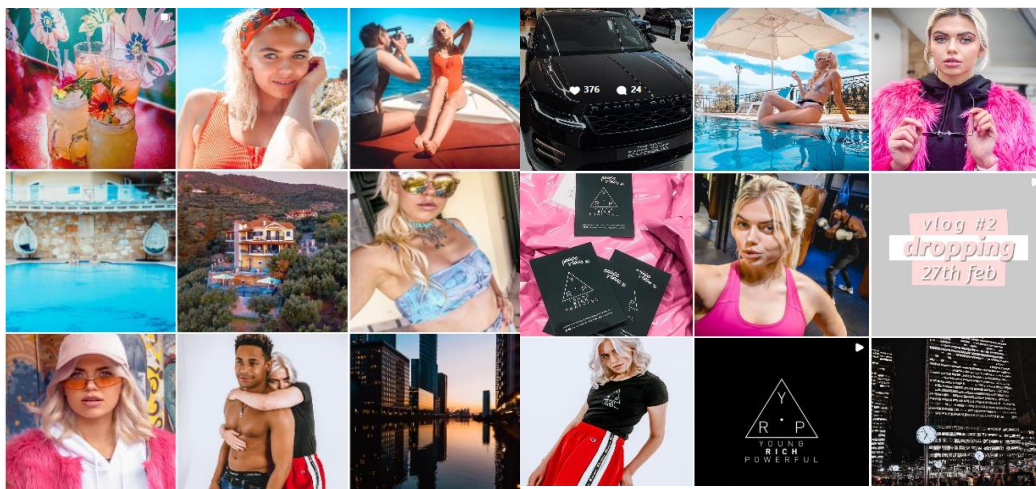


Figura 16. (marzo 2024). Ejemplo de publicaciones tipo influencer en *I am Sophie*.
Nota: Captura de Pantalla tomada de Instagram.

Con un primer video que proclama a Sophie, el primer personaje de la Narrativa, como la nueva reina de YouTube, *I am Sophie* aparece a los usuarios en la forma de un anuncio publicitario en la plataforma que los invita a la cuenta de YouTube de la propuesta. Seguido de esto todas las cuentas de la narrativa comienzan a publicar contenido típico de *influencers* (ver Figura 16).

Una vez establecido un contexto creíble para la Narrativa, sus creadores se comunican con varios canales de YouTube cuyas publicaciones giran en torno a la crítica agresiva y negativa a otros

creadores de contenido por sus acciones o actitudes. De todos los canales contactados, es el YouTuber Leon Lush el que responde en un video titulado *Spoiled Millionaire's Daughter Claims She's "The Queen of YouTube"* [youtube.com/watch?v=sXo06NEccMw], participando sin saberlo en la narrativa y fomentando los conceptos que esta maneja y es que, una vez publicado el video, toda una masa de usuarios se dirigen al canal de *I am Sophie*, dándole una mayor audiencia a *I am Sophie*, y dejando mensajes negativos y odio a su paso.

A partir de este punto la Propuesta comienza a romper con la estética y publicaciones del tipo *influencer*, introduciendo *glitches*¹⁶ e imágenes oscuras, así como pistas y acertijos ocultos, que revelan su tema de interés, es decir, el de las dinámicas de odio y el concepto de identidad en las redes sociales (Ver Figura 17).

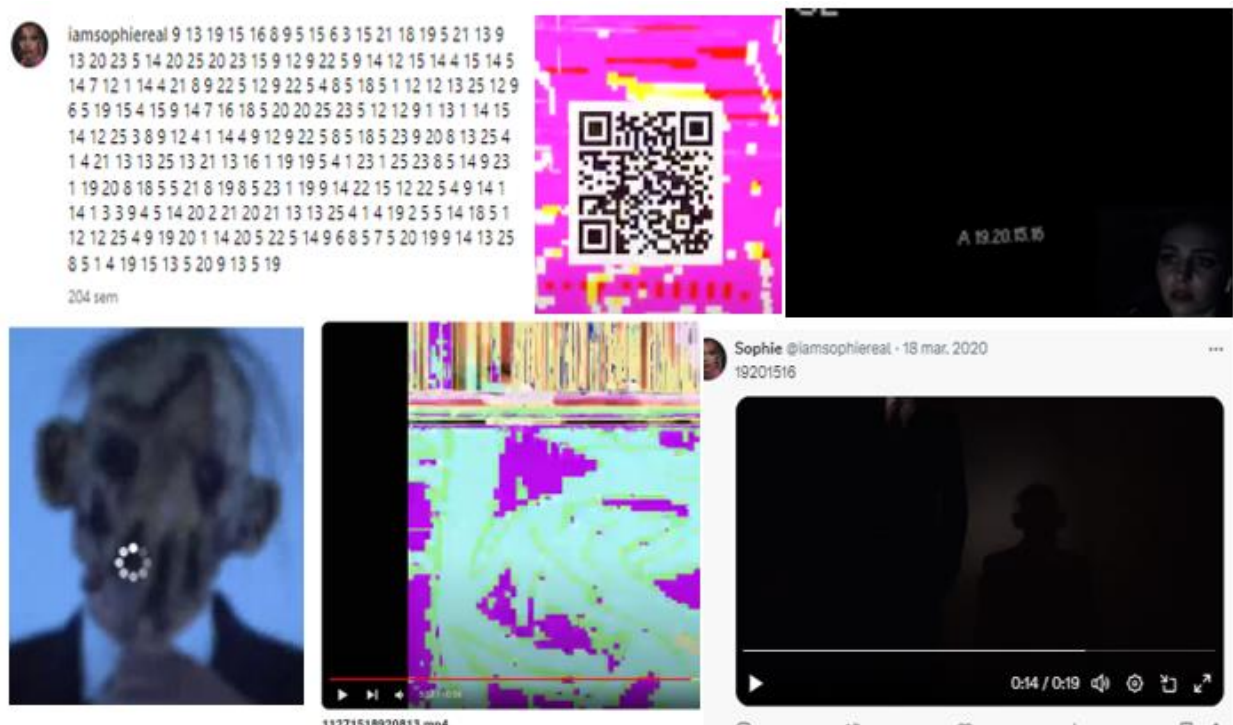


Figura 17. (marzo 2024). Ejemplo de pistas, acertijos y códigos en *I am Sophie*.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas de Instagram, Twitter/X y YouTube.

Con la introducción de nuevos personajes con su propia línea narrativa, los usuarios se ven obligados ya no solo a buscar pistas para comprender la propuesta, sino a organizar los distintos elementos narrativos de esta, que, aunque parecieran a primera vista en vivo con cada nueva actualización, resultan ser un juego de rompecabezas que utiliza un pasado desorganizado y que le

¹⁶ Error que no afecta la operabilidad de un programa o sistema.

corresponde al público reordenar para dar sentido a todo lo que ha estado pasando antes de llegar al presente.

Hacia el final de la narrativa se pueden identificar varios temas fundamentales, los cuales son posteriormente confirmados por sus creadores. *I am Sophie* hace una crítica y análisis abierto al contexto de las personalidades en internet, el constante tira y afloja de la genuinidad y la mentira, la pérdida de la identidad en la web y las dinámicas de odio que se esparcen con facilidad en estos medios. La narrativa aprovecha las formas de interacción típicas de las redes sociales, como las historias con encuestas en Instagram, los comentarios, los anuncios y los ‘me gusta’ y ‘no me gusta’ en todas estas plataformas.

La Propuesta tuvo que ser abandonada cuando la visión planteada por sus creadores- que incluía animación tridimensional con efectos especiales- superó los medios técnicos disponibles para ellos, de forma que lamentablemente quedaron espacios vacíos que nunca pudieron concretarse. Gracias a la asociación de la productora Somnio Productions en la creación de *I am Sophie*, hubo una financiación estable.

1.1.7. Welcome Home, Clown (2022). Welcome Home, que sigue en proceso al momento de escrita esta investigación, se desarrolla en la página web oficial de la propuesta [www.welcomehomerestorationproject.net]. Esta Propuesta Interactiva evoluciona con la aparición de nuevas pistas y acertijos en cada nueva actualización.

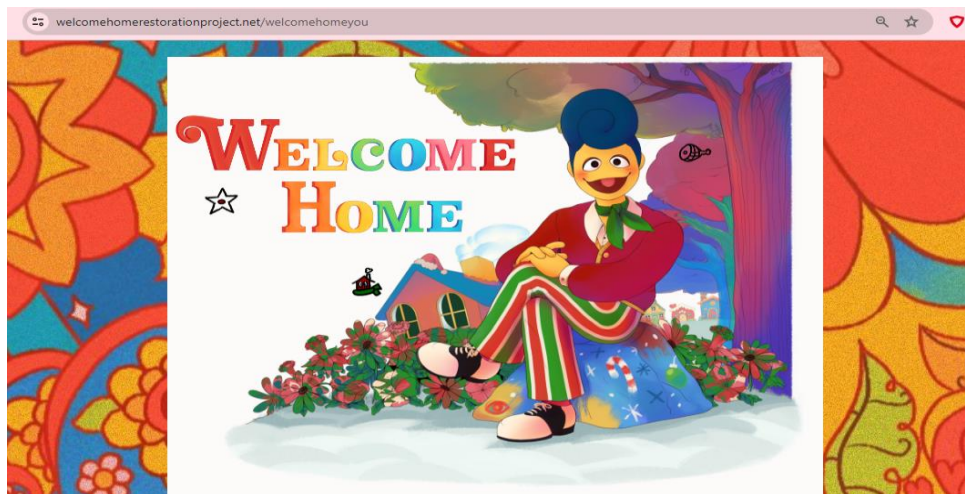


Figura 18. (marzo 2024). Página Web de Welcome Home.
Nota: Captura de Pantalla tomada del sitio web.

Aunque no es posible conocer el número de personas que han entrado a las páginas web de la Propuesta, podemos verificar el alcance de esta en la cantidad de videos referenciándola, con más de 10 millones de visualizaciones únicamente en YouTube, así como la presencia de contenido hablando de *Welcome Home* en las principales redes sociales, lo cual la convierte en una propuesta interactiva bastante popular a la fecha.

La página de *Welcome Home* se presenta como el sitio web creado por un grupo de restauración para una serie infantil perdida de los años 70 llamada *Welcome Home*, funcionando como un archivo no oficial. La página apropia la estética de shows de la época, así como elementos visuales característicos de muchos sitios web oficiales de series de los años 2000 (ver Figura 18). Con colores vibrantes, banners, gifs y elementos interactivos de la supuesta serie olvidada, *Welcome Home* esconde pistas por toda su página que indican que algo malo ocurre bajo la superficie del sitio con contenido oscuro que contrasta con la estética brillante y fantástica de la página web. Estas pistas llevan o bien a contenido extra sobre la Narrativa- como videos y grabaciones- o a nuevas claves y páginas web distintas a la principal.

El público participa en la propuesta por medio de una búsqueda de pistas escondidas en cada actualización, que exigen al usuario jugar con la interfaz para encontrarlas y que ayudan a develar la historia lentamente. Algunos ejemplos de esto podrían ser mensajes ocultos en los nombres de algunas imágenes, objetos escondidos en el fondo de la página web que solo se pueden ver al hacer zoom a esta, texto que solo es legible al seleccionarlo, hipervínculos disimulados en partes aleatorias, códigos encriptados y conclusiones que solo tienen sentido si se ha seguido la evolución de la Propuesta (ver Figura 19).

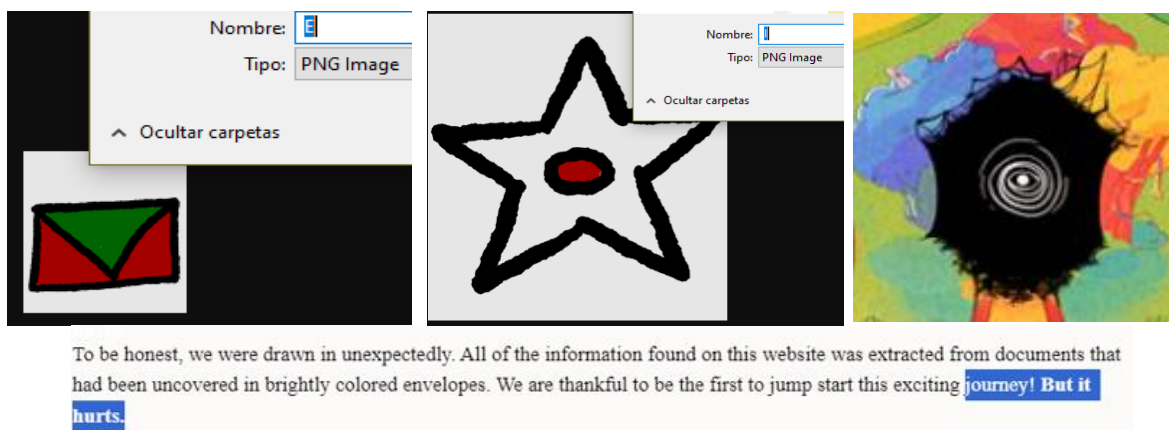


Figura 19. (marzo 2024). Ejemplos de pistas ocultas en *Welcome Home*.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del sitio web.

El contenido del sitio es variado, en concordancia con el tipo de mercancía producido en series similares de la vida real y va desde ilustraciones, libros infantiles y CD musicales, hasta juguetes, recetarios y demás. Todos estos elementos son creados de forma manual o digital por Clown para servir al propósito de dar fuerza a su Propuesta (ver Figura 20).



Figura 20. (marzo 2024). Ejemplos de Mercancía ficticia de Welcome Home.
Nota: Imágenes tomadas del sitio web.

Debido a que *Welcome Home* aún sigue en proceso, no se ha podido establecer por completo cual es el concepto principal de esta, pero se han previsto varios temas que parecen hacer parte fundamental en la historia, tanto dentro de la Narrativa como en publicaciones de su creador. Entre estos temas podemos ver alusiones a la identidad, la religión, la comunidad LGBTIQ+, la neurodivergencia y las expectativas sociales, aunque la propuesta aún no se ha desarrollado lo suficiente para conocer de qué forma se tocarán cada uno de estos temas.

Hasta ahora, *Welcome Home* ha tenido múltiples actualizaciones, con nueva información y contenido que han mantenido el interés del público, además de fomentar la participación colectiva y colaboración de este en la resolución de este misterio, por medio de conversaciones en Reddit y Discord, videos de teorías y recopilaciones de evidencias en otros espacios del Internet. La

financiación de *Welcome Home* incluye la venta de mercancía oficial -como peluches y pines-, la presencia de una página de Ko-fi¹⁷ para quienes deseen apoyar y comisiones de ilustraciones.

1.1.8. The Mandela Catalogue (2021) Alex Kister. Esta propuesta, aún en desarrollo a la fecha de escrita esta investigación, se desenvuelve principalmente en YouTube [youtube.com/@AlexxKister], de forma serial (ver Figura 21), aunque en algún punto llegó también a incluir una página web ahora eliminada. Con 971 mil suscriptores, así como más de 46 millones de vistas en YouTube, la propuesta tiene un público suficiente para financiarse por medio de miembros en Patreon¹⁸, visitas en el canal y la venta de mercancía como posters, peluches, figuras, camisetas y sudaderas.

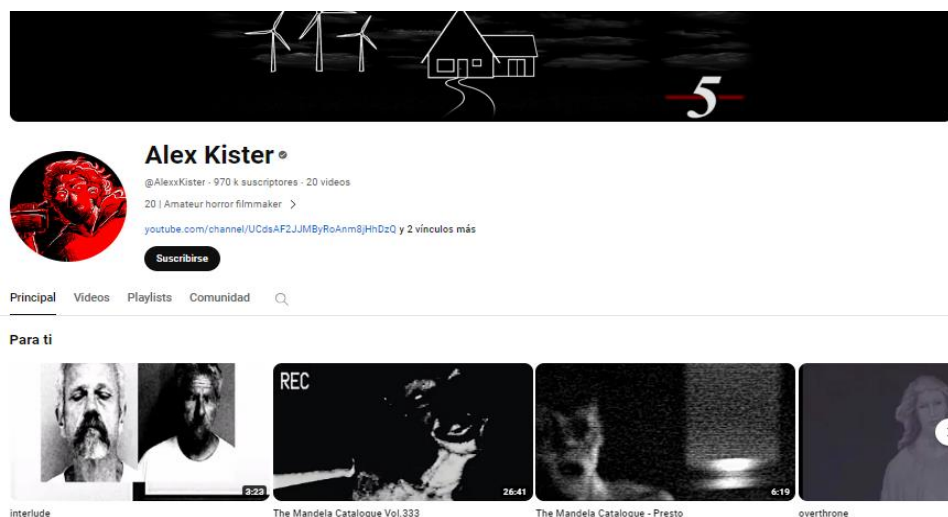


Figura 21. (marzo 2024) Perfil de *The Mandela Catalogue*.
Nota: Captura de Pantalla tomada de YouTube.

Tomando una fuerte inspiración en los elementos visuales del *found footage*, instructivos laborales, mensajes de emergencia y demás, *The Mandela Catalogue* utiliza una estética oscura y distintas formas de distorsión como su sello visual, haciendo uso de contenido propio- como montajes, grabaciones y animación 3D- así como como material apropiado- como animaciones bíblicas de la serie animada *The Beginner's Bible* (2014) [<https://www.youtube.com/@TheBeginnersBible>] y fotos ya existentes del Internet-. (Ver Figura 22).

The Mandela Catalogue indaga en lo inhumano y lo monstruoso, permitiendo al público hacerse la pregunta de cuál es la diferencia entre lo sagrado y lo abominable, el bien y el mal, tomando

¹⁷ Plataforma de micro mecenazgo para creadores de contenido.

¹⁸ Plataforma de micro mecenazgo para creadores de contenido.

para ello elementos religiosos y filosóficos. La exploración de este concepto se da mediante el uso de personajes ficticios llamados “alternativos”, así como de personajes humanos o aparentemente humanos, que sirven de vehículo para la Propuesta y cuyas líneas de historia se conectan a medida que esta es desenredada por los usuarios mediante la resolución de acertijos y pistas. Todos estos elementos se encuentran distribuidos a través de cada una de las actualizaciones de la propuesta cuya estructura, a su vez, no se presenta de forma cronológica u organizada, generando una especie de doble rompecabezas que debe armarse.



Figura 22. (marzo 2024) La estética y elementos visuales de *The Mandela Catalogue*.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas de YouTube.

Los usuarios no pueden influir directamente en lo que pasa en la historia o lo que les sucede a los personajes, pero es de vital importancia que organicen la trama, descubran nuevas pistas y armen la narrativa para que esta pueda desarrollarse en su totalidad.

Esta y otras propuestas de similar naturaleza, difieren entonces de una serie tradicional en Televisión o plataformas de *streaming* por el hecho de que no se ofrece todo el contenido en un solo sitio u organizado.

1.1.9. SCP Foundation (2007) Esta Propuesta demuestra las posibilidades de la creación en comunidad dentro del Internet. Desarrollada dentro de su página web (Ver Figura 23) [scpwiki.com/main] y disponible en quince idiomas, esta guarda más de ocho mil entradas, distribuidas en nueve series. Cada una de estas entradas funciona como una micro historia creada

por un miembro del público, que puede o no conectarse con otras entradas creadas anteriormente y es curada por la comunidad mediante votación.



Figura 23. (marzo 2024). Sitio Web de SCP Foundation.
Nota: Captura de Pantalla tomada del sitio web.

Esta narrativa surge originalmente con una historia de terror publicada en el foro paranormal de 4chan- ahora perdida-, por el usuario Moto42 (Wesley Williams) y que se convierte en la primera entrada de la Propuesta: SCP 173, una escultura de hormigón que se mueve únicamente cuando no está siendo observada. Esta historia llamó suficientemente la atención de otros usuarios para querer crear otras entradas similares, lo que terminó por solidificarse en *SCP Foundation*. Este caso es uno particular, en el que el primer creador de la idea no es más a este punto que una inspiración y es el público mismo el creador, curador y consumidor de la propuesta.

La historia de la fundación SCP determina que esta es una organización global, cuya misión es Asegurar, Contener y Proteger (en inglés Secure, Contain, Protect, de allí la sigla SCP) fenómenos, criaturas u objetos anómalos, cuyas propiedades desafíen la lógica de nuestra realidad y que puedan afectar la integridad física o psicológica del público general. Cada entrada debe cumplir entonces con una estructura de nombre, número, nivel, modo de contención, descripción y anexos. (Ver Figura 24).

Item #: SCP-1762

Object Class: Safe Neutralized

Special Containment Procedures: SCP-1762-1 is held in a standard containment unit at Site █. During the periods when SCP-1762-1 releases SCP-1762-2, video logs are to be recorded for future research. Although instances of SCP-1762-2 have been deemed harmless, they should not be allowed to exit their containment unit.

Description: SCP-1762-1 is a plain, cardboard box that is 32 cm x 20 cm x 26 cm. It is spray-painted silver on the interior and exterior, and the words "HERE BE DRAGONS" are handwritten in black permanent marker on the lid of the container. Opening the lid of SCP-1762-1 when it is not in the process of a release reveals it to be empty.

SCP-1762-1 will infrequently open and initiate a release of SCP-1762-2. During this time, the box will briefly emit a large amount of black smoke that quickly dissipates; it takes an average of twenty seconds for SCP-1762-2 to emerge after the smoke clears.

SCP-1762-2 is the collective term applied to the beings that emerge from SCP-1762-1. All instances of SCP-1762-2 bear resemblance to various types of dragons, in both Eastern and Western depictions, albeit in forms similar to that of origami models. Analysis of SCP-1762-2 reveals that they are composed of Kami paper. After exiting SCP-1762-1, instances of SCP-1762-2 will fly together in large groups and interact playfully with any nearby personnel and each other.

Special Containment Procedures: SCP-1233's anomalous physical properties all but preclude the possibility of primary containment, and as such secondary containment measures are considered adequate until a feasible method of physical containment is devised.

Foundation satellite observation network ARGOS¹ is to enter priority 2 high alert status 3 years and 6 months following the last observed SCP-1233 departure event. When ARGOS detects SCP-1233 in the upper thermosphere, a contingent from any nearby covert amnestization and disinformation Mobile Task Force will be dispatched to the population center closest to the terminus of SCP-1233's descent trajectory.

After the entity's departure from Earth orbit, all appearances of and damages caused by SCP-1233 are to be accounted for with a suitable cover story in conjunction with media blackout, and any civilians having witnessed an overt display of SCP-1233's anomalous effects are to be amnestitized at MTF discretion. Mass amnestization of the affected city may be authorized in the event of unusually prolonged SCP-1233 appearances.

Update October 5th, 2017: Under no circumstances are Foundation personnel permitted to interact with or engage SCP-1233 in any capacity.

Description: SCP-1233 is a humanoid entity of unknown composition, which visually resembles an individual wearing an EMU²-type spacesuit with opaque visor and attached extravehicular propulsion jetpack.

The equipment worn by SCP-1233 exhibits a number of anomalous properties. The suit itself has shown durability far exceeding that of a standard spacesuit; SCP-1233 has to date withstood small-arms fire, anti-tank munitions, landmines, white phosphorus munitions, and in one instance total submersion in magma without sustaining any observable damage or decrease in functionality. The suit material is also opaque to all attempted forms of penetrative scanning, up to and including ultrasonic, radio, microwave, and x-ray emitters.




Item #: SCP-049

Object Class: Euclid

Special Containment Procedures: SCP-049 is contained within a Standard Secure Humanoid Containment Cell in Research Sector-02 at Site-19. SCP-049 must be sedated before any attempts to transport it. During transport, SCP-049 must be secured within a Class III Humanoid Restriction Harness (including a locking collar and extension restraints) and monitored by no fewer than two armed guards.

While SCP-049 is generally cooperative with most Foundation personnel, outbursts or sudden changes in behaviour are to be met with elevated force. Under no circumstances should any personnel come into direct contact with SCP-049 during these outbursts. In the event SCP-049 becomes aggressive, the application of lavender (*L. multifida*) has been shown to produce a calming effect on the entity. Once calmed, SCP-049 generally becomes compliant, and will return to containment with little resistance.

In order to facilitate the ongoing containment of SCP-049, the entity is to be provided with the corpse of a recently deceased animal (typically a bovine or other large mammal) once every two weeks for study. Corpses that become instances of SCP-049-2 are to be removed from SCP-049's containment cell and incinerated. SCP-049 is no longer permitted to interact with human subjects, and requests for human subjects are to be denied.

Temporary Containment Procedure Update: (See Addendum 049J) Per Containment Committee Order 049.S19.171, SCP-049 is no longer permitted to interact directly with any members of Foundation staff, nor is it to be provided with any additional corpses to be used in its surgeries. This order shall persist indefinitely, until such time a consensus regarding the ongoing containment of SCP-049 can be reached.

Description: SCP-049 is a humanoid entity, roughly 1.9 meters in height, which bears the appearance of a medieval plague doctor. While SCP-049 appears to be wearing the thick robes and the ceramic mask indicative of that profession, the garments instead seem to have grown out of SCP-049's body over time³, and are now nearly indistinguishable from whatever form is beneath them. X-rays indicate that despite this, SCP-049 does have a humanoid skeletal structure beneath its outer layer.

SCP-049 is capable of speech in a variety of languages, though tends to prefer English or medieval French⁴. While SCP-049 is generally cordial and cooperative with Foundation staff, it can become especially irritated or at times outright aggressive if it feels that it is in the presence of what it calls the "Pestilence". Although the exact nature




Figura 24. (marzo 2024) Ejemplo de entradas SCP (SCP-1762, SCP-1233 y SCP-049).
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del sitio web.

La narrativa se mantiene homogénea gracias a ciertos elementos narrativos recurrentes como la clasificación del personal de la organización- de 'Clase A' a 'Clase E' -, las clases primarias de objetos -Seguro, Euclid, Keter, Thaumiel, Neutralizado-, niveles de confidencialidad de la información- del Nivel 0 al Nivel 5- y términos con significados particulares que se conocen a medida que se explora la propuesta. A pesar de esto, esta narrativa se permite a sí misma él no atarse a un solo *canon*¹⁹, de forma que se siga manteniendo una libertad creativa que permita a un público diverso divertirse.

¹⁹ Dícese del contenido oficial de una obra literaria, artística, cinematográfica, etc., según lo establecido por el creador o creadores.

Los conceptos explorados por esta propuesta son tan variados como su número de entradas y abarcan temas sociales, sentimentales, cómicos y demás. Esto hace imposible dictaminar un único concepto principal para esta propuesta, pero se puede generalizar tal vez en la idea de lo desconocido, visto desde todas las perspectivas posibles.

El alcance de esta propuesta se puede ver en el gran número de contribuciones al archivo de su sitio, así como la presencia de contenido referenciándola en las principales redes sociales como Twitter/X, Instagram, YouTube, Tumblr, etc, que incluyen compilaciones, cortometrajes, ilustraciones, etc. Esta Propuesta, que continúa activa al momento en que se escribe esta investigación, es posiblemente la inspiración de otras más recientes en las que también el público se convierte en creador, como lo podrían ser los *Backrooms* (2019), propuesta desarrollada en Reddit.

Dentro del sitio web de esta Propuesta se tiene permitido a escritores y artistas poner hipervínculos para aquellos que deseen apoyar su trabajo, bajo una normativa establecida. Por otra parte, el personal de la página tiene prohibido recibir compensación por sus deberes. La Propuesta se sostiene principalmente por el entusiasmo mismo de su comunidad y no tanto por un ánimo de lucro.

1.2. Unidades de Análisis del Universo 2: ACDI (Arte Contemporáneo Digital en Internet)

1.2.1. Text Rain (1999) Camille Utterback y Romy Achituv. Esta propuesta interactiva [camilleutterback.com/projects/text-rain/], desarrollada en una colaboración de los artistas Romy Achituv y Camille Utterback, explora el lenguaje desde la perspectiva de la corporalidad, estableciendo un mundo ente lo intelectual y lo físico, entre lo real y lo abstracto.

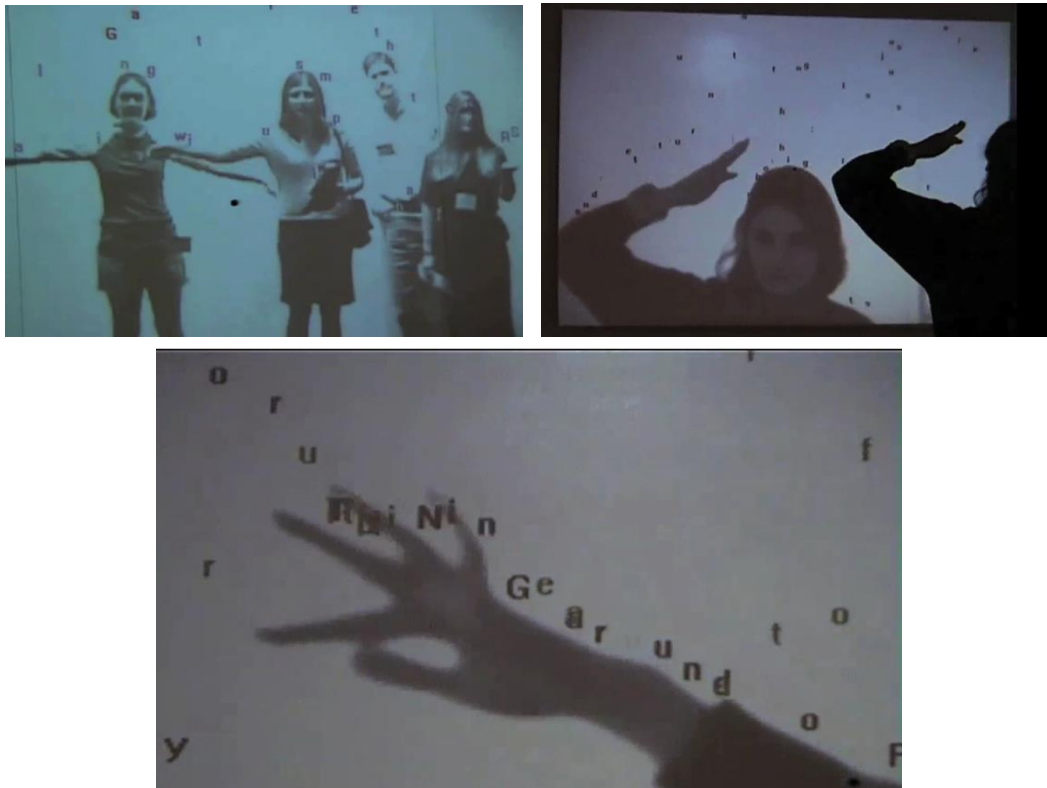


Figura 25. (marzo 2024) público interactuando con *Text Rain*.

Nota: Capturas de Pantalla tomadas del sitio Web del Smithsonian American Art Museum.

Text Rain es una instalación física interactiva, en la cual una pantalla le muestra al público su reflejo en blanco y negro, y en la cual se puede observar un texto que cae como lluvia (Ver Figura 25). El texto es el único elemento a color, y se trata del poema de Evan Zimroth, “Talk, You”, de su libro de 1933 *Dead, Dinner or Naked*. El poema mismo también explora el tema del lenguaje y la corporalidad, de la forma en la que una conversación también lleva consigo expresiones del cuerpo mismo.

La propuesta funciona mediante la percepción de sombras y luces por parte de las cámaras, razón por la que la imagen se presenta en blanco y negro. El sistema identifica entonces que en las zonas de la pantalla cuyo valor tonal sea superior a un parámetro delimitado, el texto se detendrá como si encontrara un obstáculo físico, y si esta zona más oscura se mueve hacia arriba, el texto seguirá las mismas físicas que seguiría un objeto real. Así entonces se unen el campo de lo real y lo digital.

Los artistas permiten entonces al público jugar con el texto que cae, posibilitando que atrapen letras, palabras u oraciones completas del poema, que jueguen con estas, lanzándolas de nuevo hacia arriba para que luego estén vuelvan a ser jaladas por la gravedad, intentando simular la física del mundo tangible. La participación del público es una en la que no solo observan la obra frente a si, sino que se ven inmersos en las posibilidades lúdicas que esta ofrece. La Propuesta genera nuevas formas de lectura para el poema, así como nuevas formas de establecer comunicación dentro del mismo público a partir del juego.

Con cinco colecciones en las que la obra se encuentra de forma perpetua, así como más de treinta ocasiones en que esta ha sido expuesta de forma temporal, se puede decir que *Text Rain* ha tenido un éxito considerable dentro del campo de las Artes Plásticas. Dado que esta propuesta tiene ya un tiempo, solo podemos verificar su grado de popularidad por medio de Google Trends a partir del año 2004, en donde podemos ver que ha habido un interés bajo pero sostenido en el tiempo, exceptuando un pico de popularidad en abril de 2015, año en el que *Text Rain* tuvo una exposición parcial en el Smithsonian American Art Museum. Lamentablemente no se han encontrado datos sobre el financiamiento de esta Propuesta. Esta instalación también ha sido mencionada en múltiples textos teóricos como *Digital Art* (2015) de Christiane Paul o *Inter- and Transmedia Literature* (2012) de Roberto Simonowski, haciéndose de un nombre en el ámbito académico.

1.2.2. TeamLab Borderless (2018) TeamLab. TeamLab Borderless, a diferencia de la gran mayoría de Propuestas Interactivas investigadas en esta Investigación, no se trata de una única propuesta individual, sino de un conjunto de propuestas desarrolladas por el grupo internacional e interdisciplinario TeamLab, compuesto por artistas, arquitectos, programadores, animadores, ingenieros y demás, como el primer museo para arte digital inmersivo de su tipo en el mundo [<https://www.teamlab.art/es/e/tokyo/>]. Inaugurado en 2018 en Japón, este espacio se propone

explorar las posibilidades creativas de lo digital para el contexto del arte, articulándolo además con las ciencias, para ofrecer una experiencia inmersiva al público.

La forma de interacción que ofrece esta mega propuesta mezcla, de forma similar a *Text Rain* (1999), el mundo de lo real material con el de lo digital impalpable. Por medio de luces, reflejos, proyecciones y objetos tridimensionales, el público tiene la posibilidad de sumergirse completamente en experiencias visuales con distintos niveles de interacción.

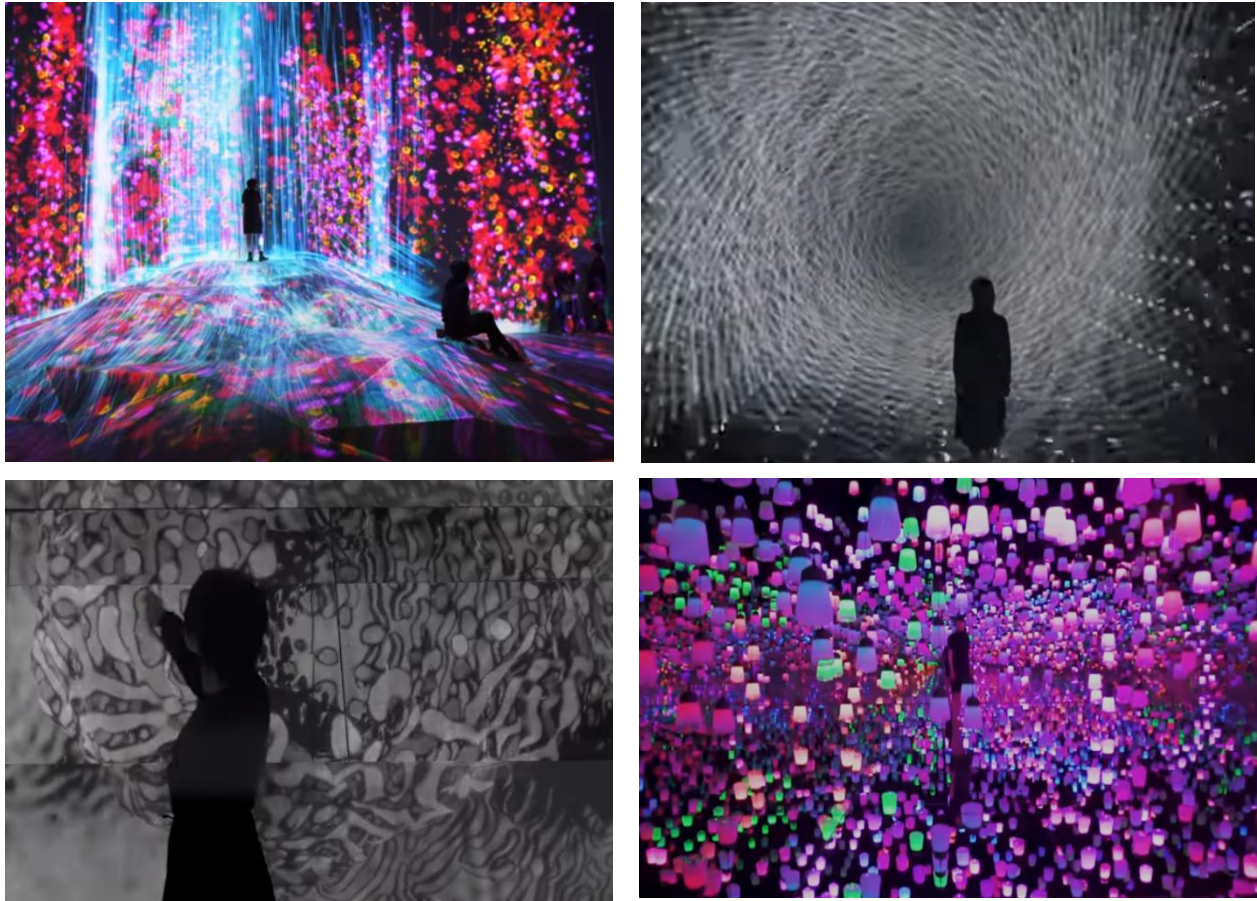


Figura 26. (marzo 2024). Ejemplos de Exposiciones diversas en Borderless.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del sitio web de teamLab.

Cada una de las sesenta exhibiciones de esta propuesta invita al público, de forma individual, a adentrarse en la experiencia de formas distintas (Ver Figura 26). Algunas salas, como la de las esculturas de luz de *'Transience'*, invitan al espectador a contemplar y reflexionar sobre las formas y movimientos generados por decenas de luces dispuestas en las paredes, recorriendo un largo pasillo en un camino ya dispuesto. Otras, como *'Bubble Universe'*, buscan que el público recorra el espacio de forma libre, guiados por la curiosidad y la extrañeza, en un laberinto de luces,

proyecciones, reflejos y objetos tridimensionales que parecen extenderse hasta el infinito. Desde el caminar y el recostarse, hasta el saltar y tocar, el ambiente generado por esta propuesta invita no solo a la observación de las exhibiciones, sino a la interacción con ellas, propiciando un espacio lúdico que invita a los espectadores a acercarse con asombro, como volviendo a la infancia, a cada una de ellas.

La propuesta de *TeamLab Borderless* incluye, además, la posibilidad de utilizar una aplicación para comprender las exhibiciones a mayor profundidad, ofreciendo una herramienta que permite al público no acostumbrado a las dinámicas del arte contemporáneo, conectarse más con la propuesta.

Los conceptos que explora *TeamLab Borderless* son variados, yendo desde reflexiones sobre la existencia, pasando por la conexión del ser humano y la naturaleza y la creación colaborativa, se podría decir que hay tantos conceptos como los hay exhibiciones, pero si se tuviera que definir un único concepto general para *TeamLab Borderless*, sería el de la vivencia humana en el espacio.

Esta propuesta logró un reconocimiento por parte de usuarios de todo tipo, visible en la viralización de sus imágenes, en la visita por parte de un público internacional a sus instalaciones y en los datos arrojados por Google Trends, en los que se ve que sus picos de popularidad más altos se dieron a finales de 2019 e inicios del 2024. Puede inferirse que al menos parte del financiamiento de *teamLab Borderless* proviene de las entradas al museo, así como los productos de consumo que se venden en su cafetería interactiva, la cual también acoge el concepto de sus exhibiciones.

1.2.3. Agatha Appears (1997) Olia Lialina. Una de las propuestas más reconocibles de la pionera del Net.Art, Olia Lialina, solo superada por su otra propuesta *My Boyfriend Came back from the war (1996)*. *Agatha Appears* propone una narrativa fantástica, aprovechando las herramientas disponibles en el momento de su creación e invitando al público a acompañar a la protagonista, Agatha, en su viaje hacia el Internet, por medio de un camino de hipervínculos [www.c3.hu/collection/agatha/].

Esta Propuesta Interactiva hace un ingenioso uso de las texturas, imágenes, polígonos y símbolos para generar un escenario que permita al usuario construir una narrativa de forma visual. Además, la propuesta hace uso de otros recursos como la dirección de la página web, ventanas emergentes,

música y nombres de imágenes, para ofrecer información sobre lo que está pasando, los diálogos internos de los personajes o el escenario en el que se encuentran (ver Figura 27).

Así, por ejemplo, el vestido de Agatha cambia a una imagen de una lista de archivos de computadora cuando es teletransportada vía Internet por parte de Sysad, el otro personaje de la Propuesta, un administrador de sistemas que fue despedido de su trabajo y que le propone a Agatha ayudarla a llegar a casa.

A pesar de la simpleza de los recursos utilizados, al menos para los estándares de hoy día, la creadora logra poner toda una trama en escena, casi como si de una versión moderna de marionetas de papel se tratara.

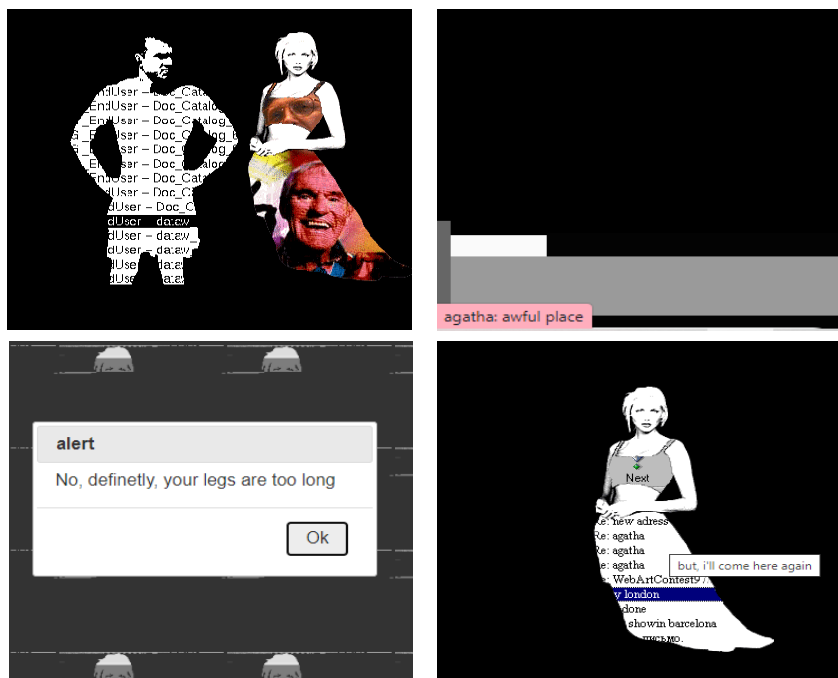


Figura 27. (marzo 2024). Uso de posibilidades de la web como herramientas narrativas. Nota, Capturas de Pantallas tomadas del sitio web.

Lialina hace un paralelo entre la tecnología de ciencia ficción de teletransportación con el desplazamiento en la web, haciendo tangible un espacio que, por principio, no lo es. De la misma forma en la que un personaje es transportado de un espacio a otro por medio de la tecnología en películas de sci-fi, Agatha es transportada a través de las distintas páginas que recorre el usuario mientras la acompaña, y es el público mismo el que hace posible este viaje, intermediando en el avance tanto de la trama como del movimiento de Agatha.

Debido a la antigüedad de *Agatha Appears*, así como su naturaleza, no es posible conseguir mucha información sobre la amplitud de su alcance. Lo más cercano que se puede encontrar es el uso de la herramienta de Google Trends, que arroja dos picos de popularidad principales en los años 2005 y 2006, además de la referenciación de esta propuesta en múltiples textos de carácter teórico sobre el Net.art y arte digital. No se han encontrado datos sobre su financiación.

1.2.4. My boyfriend came back from the war (1996) Olia Lialina. *My boyfriend came back from the war* [sites.rhizome.org/anthology/lialina.html] se presenta al público en la forma de una narrativa linear, que utiliza el hipertexto como su principal manera de invitar al público a recorrerla. Utilizando imágenes a blanco y negro y un fondo oscuro, la Propuesta genera un ambiente melancólico, tenso y silencioso que ayuda a potenciar su concepto principal, que explora sentimientos de distancia, melancolía y desencanto en el contexto de la guerra.

Esta Propuesta Interactiva pone al público en la misma habitación que una pareja que se reencuentra tras un conflicto bélico. A diferencia de *Agatha Appears* (1997), *My boyfriend came back from the war* tiene una mayor economía en los elementos formales que utiliza, siendo el uso del espacio, y la fragmentación de este, una de sus características principales. Frases que aparecen diminutas en una esquina, o palabras en grandes mayúsculas; imágenes que hacen ver a los personajes pequeños contra el oscuro fondo de la pantalla o fotografías en primer plano de rostros y objetos, el uso creativo de los elementos utilizados por la propuesta es capaz de transmitir al público las emociones por las que pasan los personajes, casi como si de una película de cine mudo se tratara (Ver Figura 28).

A medida que la conversación avanza, con cada clic del usuario, la pantalla se va dividiendo en fragmentos, en una cuadrícula de textos e imágenes que potencia la desconexión entre dos personas que se han alejado una de la otra y que parecen ya no poder comunicarse como lo habrían hecho antes de la guerra. De a pedazos entonces, el público debe continuar siguiendo los hipervínculos en cada una de las cuadrículas para seguir la trama propuesta por la creadora.



Figura 28. (marzo 2024). Uso del espacio y elementos visuales como herramienta narrativa en *My boyfriend came back from the war*.

Nota: Capturas de Pantalla tomadas de Rhizome.

El público no puede cambiar lo que ha pasado con ninguno de los personajes, ni tampoco puede hacer nada para remediar la herida que ha dejado la guerra y la distancia sobre la pareja de la narrativa. Lo único que puede hacer el usuario es dar clic a cada nuevo hipervínculo, permitiendo a la conversación seguir su curso de forma fraccionada. Hacia el final, cada uno de los cuadros va quedando vacío, hasta que solo queda la imagen de los dos personajes y un grupo de cuadros en negro, casi como si ambos ya no supieran que decirse el uno al otro.

My boyfriend came back from the war es una Propuesta claramente arraigada en la experiencia humana, en las emociones y vivencias de las personas, cosa que logra evidenciar de forma ingeniosa con el uso del espacio como medio para representar algo tan invisible e intangible como el silencio.

Debido a la antigüedad de esta propuesta no es posible encontrar mucha información sobre el alcance de esta en general, pero podemos saber que ha tenido picos de popularidad en los años 2016, 2018 y 2023 por medio de Google Trends, y que, al igual que la Propuesta anterior, también

ha sido referenciada en varios textos importantes sobre el Net.art y arte digital. No se ha podido encontrar información sobre la financiación de esta.

1.2.5. wwwwwwwww.jodi.org (1995) Joan Heemskerk y Dirk Paesmans. Creada por el dúo de artistas conocido como Jodi, unión de las iniciales de los nombres Joan y Dirk, esta Propuesta se desarrolla en un único sitio web [wwwwwwwww.jodi.org], apropiando la estética del error y el glitch para generar lo que podríamos llamar un laberinto de hipervínculos.

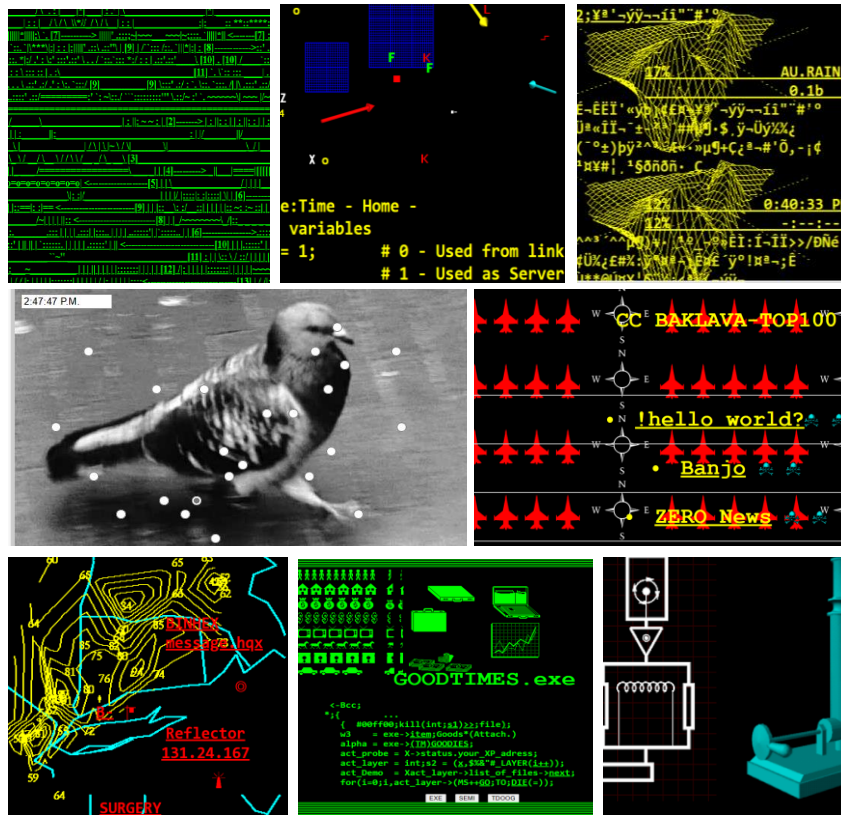


Figura 29. (marzo 2024). Ejemplos de uso de diferentes elementos visuales para dar una estética de glitch o virus.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del sitio web.

Lo que al inicio parece una página simple, va expandiéndose con cada clic, dividiéndose en más caminos en la forma de hipervínculos ocultos en todo tipo de elementos visuales, hasta el punto en el que intentar explorar la totalidad de la Propuesta se convierte en una tarea titánica. El sitio web hace uso de todo tipo de elementos que parecen no tener absolutamente nada en común. Desde fotos de palomas y de máquinas extrañas, pasando por ventanas de códigos y mapas de apariencia casi militar, y llegando hasta planos inentendibles y gráficos que no dicen nada, la mezcla

miscelánea y casi aleatoria de elementos visuales y la naturaleza laberíntica del sitio logra parecer un virus informático o un error de computadora, a pesar de haber sido cuidadosamente diseñado por sus creadores. (Ver Figura 29)

Wwwwwwwww.jodi.org es una de las primeras propuestas de Net.art, y se enfoca más que todo en utilizar las herramientas disponibles en el navegador para jugar con ellas y generar un espacio que invite al público a navegarla e intentar explorarla y recorrerla de todas las formas posibles.

Utilizando Google Trends, podemos ver que ha tenido muchos más picos de popularidad que otras Propuestas artísticas, desde 2009 hasta 2015, esto sin contar la amplitud que pudo tener en los años de su publicación y de los cuales no se han encontrado datos.

Dentro del contexto del arte esta obra ha sido referenciada en múltiples textos teóricos de arte digital y Net.art- como en *Digital Art* (2015) Christiane Pauly en *Internet Art* (2004) Rachel Greene-, así como en varios foros sobre el tema. Por otra parte, podemos ver la presencia de un público fuera del arte para esta obra en la aparición de algunas publicaciones en foros, videos y demás sobre la Propuesta, aunque en estos también se puede ver una confusión con respecto a los temas tratados. No se tiene información sobre sus métodos de financiación.

1.2.6. Murmur Study (2009) Christopher Baker. Esta propuesta, a diferencia de la mayoría de las que hemos analizado a través de esta investigación [northern.lights.mn/projects/baker/], existe únicamente en el espacio de lo físico, a pesar de lo cual está fuertemente atada al internet y sus dinámicas.

Murmur Study es una instalación, en la cual una hilera de 30 impresoras térmicas, ubicadas en lo alto de una pared, imprimen de forma constante mensajes de redes sociales como Twitter/X o Facebook, que denotan el estado emocional de sus autores, formando una pila de papel en el suelo que continúa creciendo. El único sonido de la habitación es el de las impresoras haciendo su trabajo, así como el del papel cayendo (ver Figura 30).

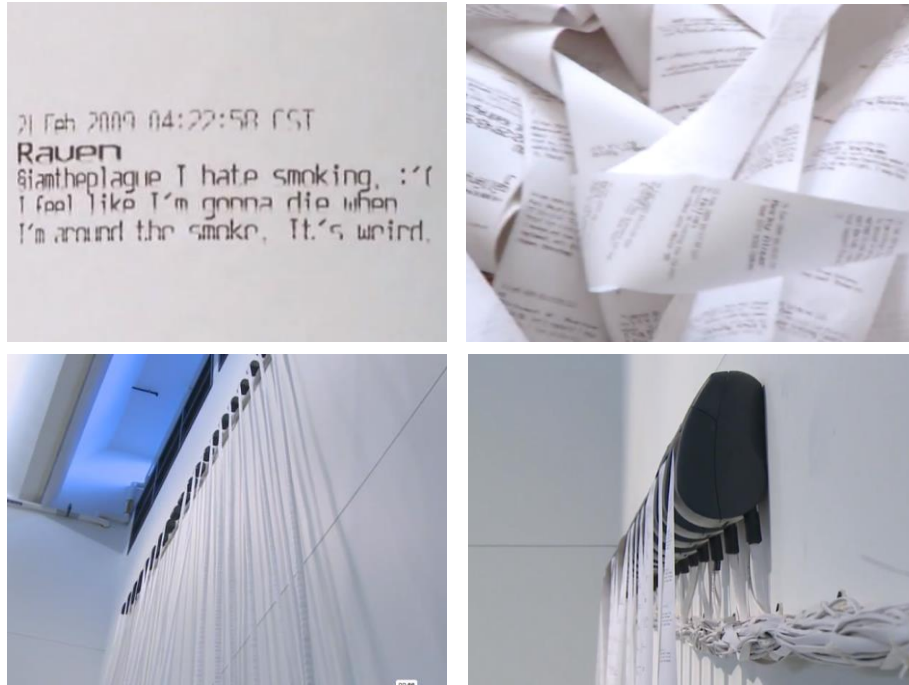


Figura 30. (marzo 2024). Instalación de Murmur Study.
Nota: Capturas de pantalla tomadas de Vimeo.

Esta Propuesta se alimenta completamente de la participación inconsciente de los usuarios en la Red, quienes aportan sin saberlo a una pila de papel en una galería lejana a ellos. De forma similar, *Murmur Study* cuestiona como las nuevas dinámicas del Internet y las redes sociales- más específicamente aquellas que permiten a los internautas publicar micro mensajes- promueven que cientos de personas posteen abiertamente información personal y sensible sobre si mismos, visible para millones de personas en la Web y que archivan grandes compañías. Tal como las impresoras de la instalación buscan, procesan, imprimen y apilan cientos de mensajes de forma mecánica, estas grandes compañías identifican, archivan y manejan esta información de manera automática y, se podría incluso afirmar, no ética.

La Propuesta también hace pensar al público sobre la facilidad con la que este tipo de mensajes se pierden en una pila de otros similares, e invita a la reflexión sobre cuánto de nuestras vidas personales compartimos inconscientemente con otras personas o instituciones.

El público entonces no tiene idea de que participa en una propuesta y de que sus mensajes son no solo visibles ya en el Internet, sino de forma física y tangible por medio de esta.

No se ha podido encontrar mucha información sobre el alcance de *Murmur Study* en la web, exceptuando algunos picos de popularidad en Google Trends que, debido al nombre de la

propuesta, no se puede asegurar sean específicos a esta. Se pueden encontrar referencias a esta Propuesta en varios foros sobre arte. El financiamiento de esta instalación hace parte de una comisión por parte del programa de Northern Lights, Art(ists) On the Verge, con el aporte de la Jerome Foundation y el patrocinio de Forecast Public Art.

1.2.7, We feel Fine (2006) Jonathan Harris y Sep Kamvar. Esta Propuesta es similar a *Murmur Study* (2009) en cuanto también se alimenta de las publicaciones de usuarios en la red que comparten como se sienten. Sin embargo, a diferencia de la anterior, *We feel fine* no se separa del internet a la hora de desarrollarse, sino que lo hace, precisamente, en una página web. El sitio [www.wefeelfine.org/] busca cada 10 minutos publicaciones en blogs que incluyan las palabras “I feel” o “I’m feeling” y recopila, junto a la frase, otra información de carácter demográfico sobre el usuario.

De esta manera, *We feel Fine* explora ya no solo las emociones y sentimientos humanos, sino que los une a un contexto, permitiendo al público analizar de forma estadística, pero también humana, la complejidad de este concepto a una escala global, ofreciendo una interfaz interactiva.

La participación en esta Propuesta incluye tanto la donación inconsciente de miles de emociones a la base de datos, como la interacción que la página ofrece a quien la visita, permitiendo incluso que el público guarde aquellas publicaciones con las que se siente identificado y las envíe a otra persona vía correo electrónico, lo que añade otra capa de complejidad a la Propuesta que nos permite ver cuantas personas han guardado imágenes y si las han enviado o no.

A diferencia de lo que se podría pensar, los datos de la Propuesta no se presentan de una forma fría o matemática, sino por medio de gráficos interactivos y una estética colorida, haciendo un esfuerzo por recalcar la naturaleza artística y sensible de esta.

Esta Propuesta interactiva se divide en seis grupos llamados movimientos. El primero, llamado *Madness*, representa cada emoción como una partícula, con un color que denota el tipo de sentimiento que tiene y un tamaño y forma según el tipo de publicación y su amplitud, las partículas se mueven con el movimiento del cursor y pueden ser perseguidas y seleccionadas para ser leídas. El segundo movimiento, *Murmurs*, presenta las frases como una lista en orden cronológico, de forma que parezca que están siendo escritas en tiempo real. El tercero *Montage* realiza un montaje

de cada publicación con una imagen que pueda darle un contexto visual. El cuarto movimiento, *Mobs*, permite buscar la información recopilada por filtros demográficos como género, edad, sentimiento, clima y localización geográfica. El quinto, *Metrics*, arroja datos de carácter mucho más estadístico, pero de manera similar a *Mobs*. Y finalmente el sexto movimiento, *Mounds*, muestra el total de la base de datos en pequeñas colinas de sentimientos. (Ver Figura 31).

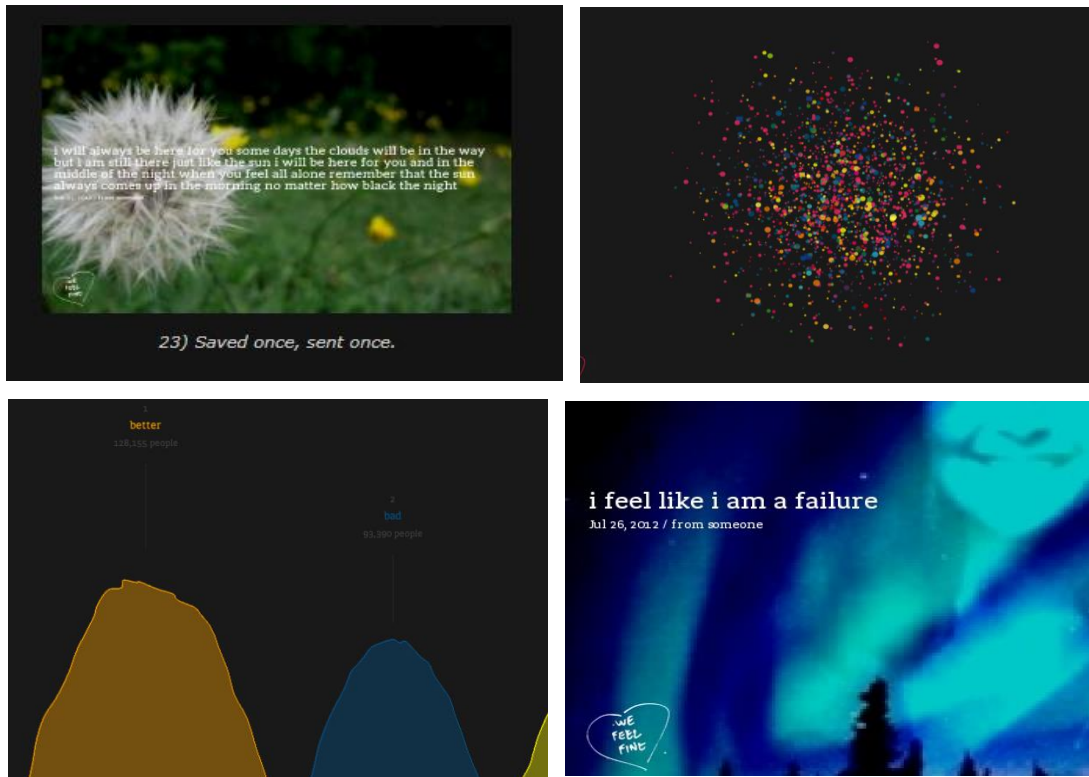


Figura 31. (marzo 2024). Elementos de *We feel fine*.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del sitio Web.

Tal vez otro de los logros de *We feel fine* es la creación de un libro con toda la información anterior recopilada, llamado *We feel fine: An almanac of human emotion* (2009), que busca ya no solo acercar su propuesta al público de donde ha tomado más de 12 millones de emociones, sino además ofrecer un producto de esta, aprovechando lo encontrado para intentar generar conclusiones al por qué y el cómo de millones de sentimientos alrededor del mundo.

No se ha encontrado información sobre la financiación de la Propuesta. Debido a su nombre, no es posible buscar información sobre la extensión de su impacto mediante Google Trends y asegurar que las búsquedas halladas se refieren específicamente a esta propuesta. Por otra parte, y en la sección de noticias del sitio mismo, se puede encontrar que *We feel fine* ha sido referenciado en

más de 30 publicaciones de radio, noticias o blogs, ha tenido al menos tres exposiciones, ganó 1 premio Pixel y fue nominado a 3 premios Weeby.

1.2.8. 11B X 1371 (2015) Parker Wright. Esta Propuesta Interactiva es quizá la que más se asemeja a las unidades descritas en el universo de las NDLI, siendo que utiliza varias de las herramientas típicas de ese contexto. *11B X 1371* surge inicialmente como un misterioso video de una fuente anónima proyectados en tres espacios diferentes del Internet: un post en el foro paranormal de 4chan- el cual ya se ha perdido-, un video en la plataforma de YouTube [www.youtube.com/watch?v=quyXS4a0JGQ] y una publicación en un sitio web sueco de gadgets [<https://gadgetzz.com/tag/11-b-x-1371/>]. Esta propuesta llamo la atención de un grupo de usuarios en Internet debido a la clara presencia de múltiples códigos ocultos a través del video que, sumado a la extraña forma en que había aparecido, logro generar el interés suficiente para que se formara un público a su alrededor.

La estética de la propuesta es oscura y utiliza como personaje a alguien vestido de médico de la plaga- una imagen reconocible y asociada ya a conceptos de muerte-, para llamar la atención sobre su intención, razón por la que algunos usuarios denominan a la Propuesta “El video del Doctor de la Plaga”. Las herramientas utilizadas para arrojar pistas a través del video incluían elementos ocultos en cuadros específicos, código morse, mensajes escondidos en el espectrograma del sonido, coordenadas codificadas, etc. (Ver Figura 32).

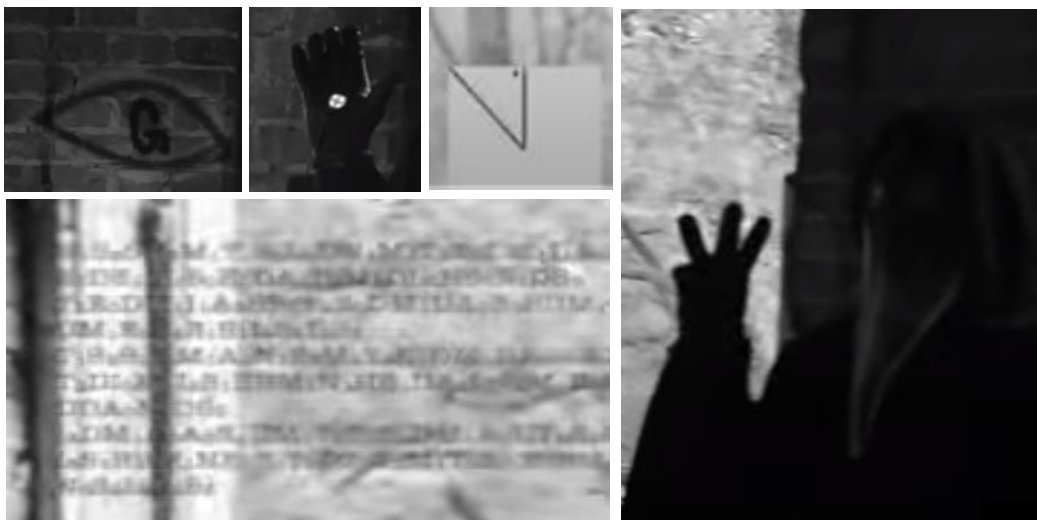


Figura 32. (marzo 2024). Ejemplo de mensajes ocultos en *11B X 1371*.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas de YouTube.

Con los primeros descubrimientos de frases como “Mata al presidente” o las coordenadas de la Casa Blanca de los Estados Unidos, el interés por esta Propuesta comenzó a ir en aumento, lo que se puede evidenciar en decenas de videos en YouTube intentando desenredar las pistas ocultas, documentos colaborativos que buscaban descifrar su mensaje y más de 4 millones de vistas y 65 mil me gusta en el video del canal de YouTube de Parker Wright, su creador.

El público entonces se vio involucrado en la resolución de pistas, uniéndose en comunidad bajo el mismo propósito. Las teorías de los usuarios para resolver la trama de esta propuesta se dividieron entre tres principales vertientes: una campaña de marketing, un mensaje terrorista o una crítica al sistema capitalista. Este último terminó por ser el concepto principal, confirmado por el creador de la propuesta quien, una vez vio resueltas sus pistas, se descubrió como la persona detrás de *IIB X 1371*.

La financiación de esta Propuesta Interactiva fue entonces el mismo creador, un artista contemporáneo, quien la utilizó también como una forma de presentar al mercado sus habilidades para desarrollar propuestas similares y viralizarlas en el Internet.

1.2.9, Omega Mart (2021) Meow Wolf. Esta propuesta, realizada por el colectivo artístico Meow Wolf, se desarrolla tanto en el internet como en una galería física. *Omega Mart* se presenta ante el público como un supermercado surrealista, donde los productos que se venden van desde carnes frías con tatuajes, leche de polillas y aguacates con cremalleras, hasta ambientadores de mantequilla, movedores de manchas cuadrúpedos y muerte líquida [youtube.com/@meowwolf].

Aunque los orígenes de la propuesta se remontan al año 2009, la idea fue expandiéndose y siendo trabajada hasta llegar a su versión actual en el año 2021, con la apertura de la Galería Interactiva ubicada en Las Vegas, Estados Unidos. Esta Propuesta Interactiva se fundamenta en invitar al público a jugar con lo bizarro, utilizando un contexto cotidiano para crear una Narrativa fantástica.

Omega Mart es conocido por primera vez por el público gracias a una serie de comerciales bizarros que apropián la estética de la publicidad de supermercados familiares. La viralización de este material en el internet es la que genera un primer impacto en el público, que comienza a interesarse más por la Propuesta y a ver los nuevos contenidos producidos por los creadores, como videos de entrenamiento para los supuestos empleados de la cadena y publicidades de nuevos productos.

Dentro de estos videos entonces, se comienzan a dar pistas a la Narrativa de tipo ciencia ficción que esconde *Omega Mart*, como una capa más de juego para el público (Ver Figura 33).

Una vez presentada la propuesta en el internet, los usuarios pueden entonces dar un paso más y

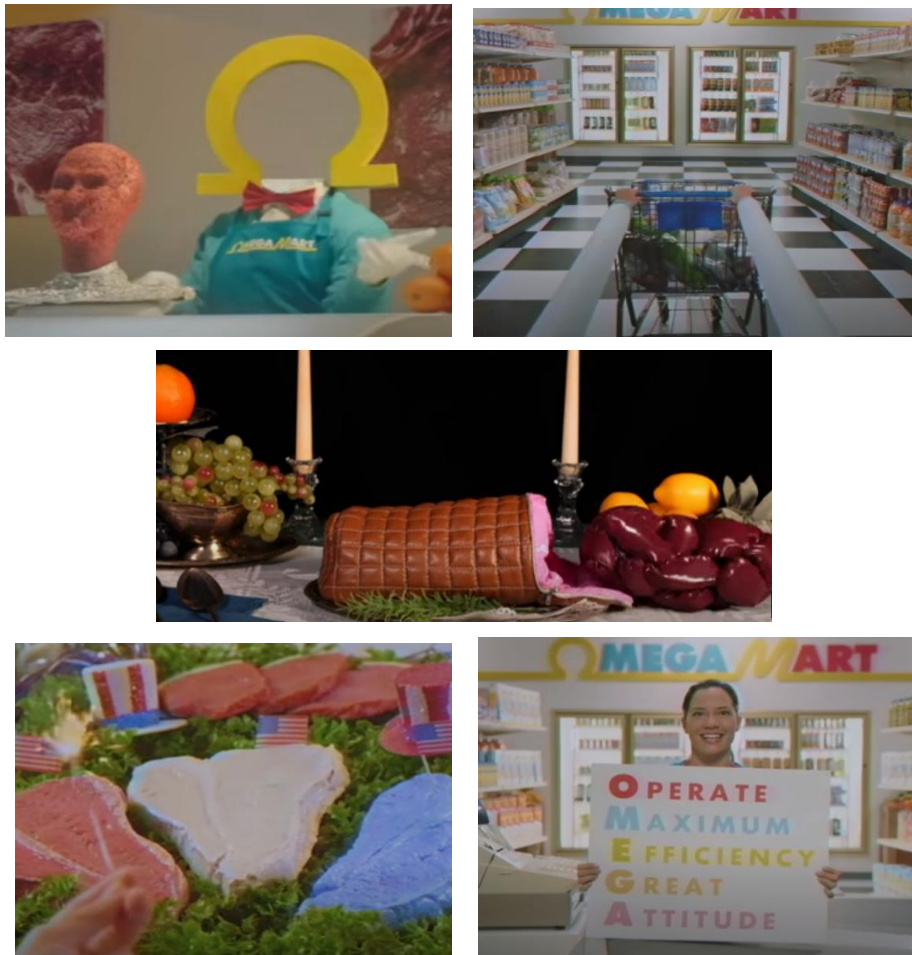


Figura 33. (marzo 2024). Ejemplo de contenido de Omega Mart en la web.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas de YouTube.

visitar la Galería mencionada anteriormente. Con pasadizos secretos, laboratorios de estilo sci-fi, portales escondidos, salas psicodélicas y toboganes a lo desconocido la exposición de arte de Omega Mart se diferencia de otras en cuanto a su carácter lúdico y altamente interactivo. Aunque la sala principal de la Exhibición apropia completamente la estética de un supermercado, esta se expande a otros espacios que invitan al público a quedarse y divertirse, a sorprenderse con cada nuevo hallazgo y a seguir descubriendo las pistas de una historia entretenida. (Ver Figura 34)

La propuesta se complementa no solo con el material publicitario que se encuentra en el canal de YouTube oficial del colectivo artístico, sino mediante una serie de sitios web que ocultan pistas

sobre el concepto de la propuesta- que critica al capitalismo y el consumismo- y su historia [https://www.omegamart.com/] [https://www.dramcorp.com/].

Esta Propuesta Interactiva se financia con la venta de los tiquetes a la Galería, así como el hecho de que todos los productos ofrecidos en la tienda pueden ser comprados por el público, de forma que este pueda llevarse una pieza artística a casa y apoyar la exposición al mismo tiempo. La popularidad de *Omega Mart* puede verificarse en la presencia de videos de reacciones, teorías sobre su historia, reseñas de sus productos y visitas por parte de usuarios compartiendo su experiencia, así como en un acumulado de más de 6 millones de vistas únicamente en los videos de sus creadores sobre la Propuesta.

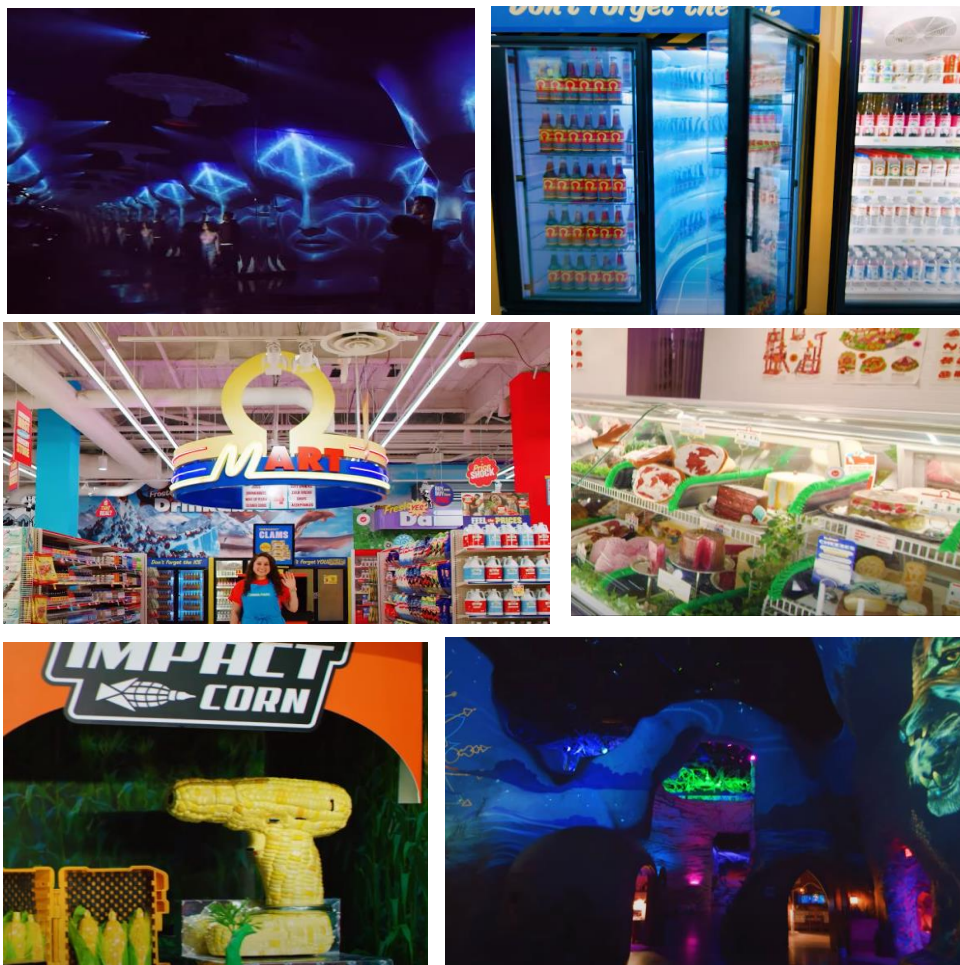


Figura 34. (marzo 2024). Imágenes de la Galería Interactiva de Omega Mart.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas de YouTube.

2. Aparición de Nuevas Categorías de Investigación

Utilizando la información adquirida en la descripción de las Unidades de Análisis, podemos entonces definir dos nuevas Categorías de investigación: “*Financiación de la Propuesta*” e “*Impacto de la Propuesta*”.

La primera de estas se añade a la Hoja de Codificación (Ver Anexo 1) con sus respectivas Subcategorías. Por otra parte, la segunda Categoría, si bien cuenta con información suficiente para ser tomada en cuenta en la Comparación de Resultados, no será incluida dentro de la Hoja de Codificación. Lo anterior se debe a que, hasta el momento, no se cuenta con una herramienta o sistema que permita medir y comparar el nivel de impacto de Propuestas con diferencias en sus contextos, tipos de participación e incluso antigüedades distintas. Así pues, la comparación de esta información se hará de forma cualitativa y aparte de las otras categorías y no tendrá Subcategorías.

Todas las Categorías y sus correspondientes Subcategorías serán descritas en el Capítulo 4.

Capítulo 4: Análisis Comparativo y Resultados Encontrados

1. Descripción de Categorías y Subcategorías

- **PREMISA CONCEPTUAL:** Si bien una sola propuesta Interactiva puede tocar varios temas o utilizar un aparente tema superficial para explorar otras áreas, esta categoría se enfoca en el concepto más relevante para la propuesta Interactiva.
 - El arte o proceso de creación mismo: La propuesta busca explorar el contexto del arte mismo y/o tantear las posibilidades de lo digital, el internet o la colaboración como opción creativa.
 - La experiencia humana: El concepto principal de la propuesta explora sentimientos, vivencias, experiencias y reacciones profundamente humanas.
 - Crítica social o política: La propuesta se enfoca en un tema social, político específico.
 - Lo desconocido: La propuesta se enfoca en algo desconocido, ajeno y extraño a lo humano, generalmente elementos fuera de la comprensión o cotidianidad humana.
- **NIVEL DE ABSTRACCIÓN DEL CONCEPTO:** Cuál es el nivel de interpretación o decodificación necesarios para llegar al concepto principal de la Propuesta Interactiva.
 - Lectura inmediata: El concepto es visible a simple vista, la propuesta se centra en explorar el concepto de forma directa y sin esconderlo.
 - Lectura analítica: Aunque una parte del concepto puede estar presente a simple vista, se debe hacer un análisis a otros detalles de la propuesta para comprender la intención del creador.
 - Lectura codificada: La propuesta utiliza encriptación, mensajes ocultos, códigos, etc. para que solo uniendo las piezas se pueda comenzar a dar sentido a la propuesta.
- **IDENTIDAD VISUAL:** Qué tipo de elementos visuales usa la Propuesta dentro de su estética, si son propios o apropiados.
 - Identidad Visual Propia: La propuesta genera su propia presentación estética, no remite inmediatamente a otros contextos o contenidos.
 - Identidad Visual Referenciada: La propuesta se alimenta de una estética o estructura reconocible en otras áreas o contenidos para construir un contexto alrededor de sí misma.

- **ESTÉTICA VISUAL DOMINANTE:** Qué tipo de contenidos, elementos o imágenes componen la presentación visual de la Propuesta Interactiva.
 - Estética Realista: La propuesta presenta sus contenidos con colores e imágenes lo más cercanas a la realidad posible, con preferencia de contenidos fotográficos y de video.
 - Estética Fantástica: La propuesta incluye elementos de carácter altamente fantástico, con un interés por colores vivos y vibrantes, imágenes oníricas y/o la inclusión de medios como ilustración o animación dentro de sus contenidos.
 - Estética Oscura: La propuesta utiliza colores neutros o monocromos, con un uso fuerte de sombras y oscuridad. Puede incluir elementos surreales, pero desde un enfoque de lo horrible y tenebroso.
 - Estética Incidental La estética de la propuesta es un producto secundario de su construcción, estructura o propósito, pero no ha sido seleccionada o elegida de forma consciente y específica por el creador.
- **TIPO DE ESPACIO FORMAL:** Qué espacio es el más utilizado por la Propuesta Interactiva.
 - Espacio Físico: La propuesta tiene elementos digitales y/o se conecta con el internet, pero está pensada para un espacio físico.
 - Redes Sociales: La propuesta se desarrolla en redes sociales. En esta subcategoría se incluye: Twitter/X, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Tumblr y similares.
 - Página Web: La propuesta se desarrolla en una página web, foro o blog.
 - Mixto en la Web: La propuesta utiliza diferentes espacios dentro del internet para desarrollarse.
 - Mixto realidad y digital: La propuesta se desarrolla tanto en la realidad en un espacio físico, como en un espacio digital.
- **MODALIDAD DE ACCESO:** Cómo es el acceso a la Propuesta Interactiva y sus contenidos.
 - Espacio Privado: Solo se puede acceder a la propuesta en un espacio privado, ya sea físico o virtual, como galerías, archivos privados, museos, etc.
 - Espacio Público: Se puede acceder a la propuesta por medios disponibles para el público general.
 - Espacio Mixto: Se puede acceder a una parte de la propuesta de forma libre, pero otra parte de esta es limitada.

- **ELEMENTO PRINCIPAL DE NAVEGACIÓN:** Cuál es el medio principal que permite al público explorar e interactuar con la Propuesta.
 - Hipertexto: La propuesta se explora mediante el uso de hipervínculos dispuestos tanto en texto e imágenes como de forma oculta.
 - Dinámicas de redes sociales: La propuesta se explora mediante dinámicas típicas de redes sociales como likes, reacciones, comentarios, encuestas, historias, ask y similares.
 - Formato serial: La propuesta se explora mediante un formato serial, a través del cual se va ofreciendo más contenido que expande la propuesta en dosis específicas.
 - Publicación única: La propuesta o resultados de esta se pueden explorar en un único contenido generado por el creador.
 - Instalación física: La propuesta se explora mediante un recorrido físico, generalmente aprovechando los sentidos del cuerpo humano.
- **USO DE PERSONAJES:** Cuál es el vehículo principal que utiliza la Propuesta para explorar su concepto.
 - No hay un personaje central: La propuesta no utiliza ningún vehículo para desarrollarse, sea este ficticio o real.
 - El público como protagonista: El público toma el papel de protagonista, son el centro de la propuesta la cual se desarrolla ya sea a través de su experiencia individual o colectiva.
 - Personaje central ficticio definido: Hay un personaje ficticio generado por el creador de la propuesta con el propósito de ser el protagonista de la historia y ser el vehículo de desarrollo de esta.
 - Personaje central ficticio no definido: Si bien existen personajes ficticios creados con similar propósito a un protagonista, estos cambian en el desarrollo de la propuesta, comparten este papel o son solo el vehículo de algo mayor.
- **TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Se investiga cuál es la *amplitud* (cuanto influye el público sobre el desarrollo de la propuesta) y *naturaleza* (cómo es el diálogo e interacción del público con la propuesta) de la participación del público con la Propuesta Interactiva.
 - Participación no Consciente: *Amplitud:* La obra se alimenta de alguna participación por parte del público de la cual este no es consciente, por lo cual este no puede tomar decisiones con respecto a la propuesta. *Naturaleza:* El público es inconsciente de que es parte de una propuesta interactiva, la cual generalmente nunca llegan a conocer.

- Participación Contemplativa: *Amplitud:* Las acciones del público no pueden influenciar en la propuesta. *Naturaleza:* El público participa como espectador de la propuesta, como un visitante de un espacio que puede ser recorrido, pero no alterado. Generalmente se basa en la experiencia personal de cada individuo.
- Participación Creativa Limitada: *Amplitud:* El público puede tomar decisiones o influir en la propuesta de forma limitada. El creador dirige la dirección general de esta. *Naturaleza:* El público interactúa de forma consciente, por cualquier medio facilitado por el espacio donde se desarrolla la propuesta.
- Participación Creativa Abierta: *Amplitud:* Las acciones del público tienen una repercusión amplia en el desarrollo de la propuesta y puede cambiar una gran cantidad de cosas de esta. *Naturaleza:* El público interactúa de forma consciente, por cualquier medio facilitado por el espacio donde se desarrolla la propuesta.
- Participación Lúdica Investigativa: *Amplitud:* Las interacciones del público no impactan en el desarrollo de la propuesta planteada por el creador, pero son una parte necesaria para que la narrativa pueda conducir de forma correcta. *Naturaleza:* El público dialoga con la propuesta mediante la recolección y solución de pistas y piezas de información que permiten develar el contenido dispuesto en una estructura narrativa por el creador.
- **USO DEL TIEMPO:** Cuál es la forma en la que la propuesta explora el tiempo, o si lo explora en absoluto.
 - Tiempo Real: El marco temporal de la Propuesta coincide con el del mundo real de forma sincronizada y su desarrollo es conocido de forma inmediata por el público en una dinámica que podría considerarse “en vivo”.
 - Tiempo Propio: El tiempo dentro de la Propuesta no es igual al tiempo del mundo real, pero se comporta de forma similar, transcurriendo de forma lineal y clásica, aunque puede no estar organizado de forma secuencial o cronológica.
 - Tiempo Creativo: La propuesta explora el uso del tiempo de formas no convencionales o intencionalmente ambiguas, el transcurrir del tiempo no sigue los parámetros de la vida real.
 - Tiempo no definido: La propuesta no explora de forma particular el uso del tiempo, y la presentación de este es más una consecuencia del proceso de creación que algo intencional.

- **FINANCIACIÓN DE LA PROPUESTA:** Cual es el medio económico por el cual la Propuesta Interactiva puede desarrollarse o sostenerse, o si este es desconocido.
 - Financiación por parte del creador: La persona responsable de crear la Propuesta utiliza sus propios recursos para darle inicio y mantenerla activa.
 - Financiación por parte del público: El público apoya el desarrollo la Propuesta por medio de donaciones, patrocinios, entradas, compra de mercancía, vistas, suscripciones, etc.
 - Financiación por parte de terceros: La Propuesta es financiada económicamente por una Organización, Fundación, Empresa o Institución.
 - Financiación Desconocida: No se tiene información sobre el origen de la financiación de la Propuesta.

- **IMPACTO DE LA PROPUESTA:** Cual ha sido el impacto de la Propuesta y en donde se puede ver este impacto. Dentro de esta categoría se incluye la aparición de material de terceros referenciando la propuesta (textos teóricos o investigativos, videos de compilaciones o teorías, contenido de visitas o reseñas, artículos de revistas, etc.), datos de visitantes físicos o virtuales (número de visitantes a la exposición, vistas de un video o canal, seguidores en redes sociales), número de exposiciones, premiaciones o nominaciones a premiaciones, y similares.

Esta última categoría queda entonces abierta a nuevas indagaciones, las cuales puedan buscar o construir una herramienta que permita la medición y comparación de este tipo de datos entre sí, a pesar de su disparidad. Una herramienta o sistema de este tipo se hace- en opinión de la escritora de esta Investigación - necesario en el contexto actual y futuro del arte y formas de creación, contexto en el que la evolución constante de la tecnología permitirá la diversificación de todo tipo de medios y cuyos contenidos irán presentando más y mayores diferencias entre sí.

Este podría ser, entonces, un tema que abra la posibilidad a un futuro Proyecto de investigación, ya sea para esta autora o todo aquel que, una vez leyendo este texto, quede con la inquietud y curiosidad suficientes para continuar el camino aquí esbozado.

2. Hoja de Codificación

La Hoja de Codificación, mencionada dentro de la Metodología de esta Investigación, es la herramienta recomendada por Roberto Hernández Sampieri en su texto *Metodología de la Investigación* (2006), al describir el Análisis de Contenido. Este instrumento, en la forma de una tabla, está compuesto de forma similar a un examen de respuesta múltiple, es decir, cada pregunta tiene un grupo de opciones de respuestas, de las cuales solo una será seleccionada como correcta. Siguiendo una lógica bastante similar, las Hojas de Codificación mostradas como ejemplo en el texto de Sampieri se dividen en Categorías de investigación que describen una característica específica a investigar, y dentro de las cuales hay múltiples Subcategorías.

Cada Unidad de Análisis -es decir, cada uno de los contenidos seleccionados para ser estudiados, que en esta Investigación se denominan también como Propuestas Interactivas- debe dar respuesta a todas las Categorías, haciendo uso de una única Subcategoría que la describa.

La Hoja de Codificación de esta Investigación está entonces dividida en dos partes, una por cada Universo de investigación, con las mismas Categorías y Subcategorías. Los resultados de cada una de estas partes, son cuantificados y comparados haciendo uso de graficas circulares y de barras para un mayor análisis, descripción y comprensión de los hallazgos.

2.1. Universo 1: NDLI (Narrativas Digitales Lúdicas en Internet)

2.1.1. Premisa Conceptual. En las Unidades de Análisis seleccionadas en las NDLI se observa que las propuestas proponen conceptos cercanos a las Subcategorías denominadas “La experiencia Humana”, “Lo Desconocido” y “Crítica Social/Política”, en dicho orden, mas no se observa que ninguna pueda ser ubicada en conceptos de “El arte o proceso de creación mismo” (Ver Figura 35).

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Premisa Conceptual	El arte o proceso de creación mismo									
	La experiencia humana	X	X		X	X				
	Crítica social/politica			X			X			
	Lo desconocido							X	X	X

Figura 35. (marzo 2024). NDLI Premisa Conceptual.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

The Sun Vanished (2018) se enfoca en las relaciones interpersonales de sus personajes en un contexto de supervivencia. Por su parte, *Hi I'm Mary Mary* (2016) busca representar los demonios internos de su protagonista, como lo pueden ser el insomnio, la depresión, la ansiedad y el autodesprecio. *Catastrophe Crow 64* (2020) hace una exploración del luto y la pérdida, mientras que *Daisy Brown* (2017) aborda los ciclos de abuso en víctimas de maltrato. Todos estos temas tienen un acercamiento personal o sensible inherente a la experiencia humana.

Otras Propuestas utilizan el concepto de la Crítica Social y/o Política. Así, *Petscop* (2017) explora las falencias del sistema de acogida estadounidense, así como el maltrato infantil, con el propósito de generar impacto en su público. Con una intención similar *I'm Sophie* (2020) utiliza el contexto de las redes sociales para hacer una crítica a sus dinámicas, con énfasis en temas como el odio, la mentalidad de masas y la identidad.

Finalmente, el resto de Propuestas tienen mayor tendencia a temas como lo desconocido o inexplicable. *The Mandela Catalogue* (2021) pone en tensión las definiciones de inhumanidad,

humanidad, sacralidad y monstruosidad, mientras *SCP Foundation* (2007) crea historias de lo desconocido desde todo tipo de perspectivas. Por su parte *Welcome Home* (2022), Propuesta que aún se encuentra en desarrollo, ha mostrado un interés en generar un ambiente y tensión hacia lo que no se conoce y no se puede ver, aunque promete, a futuro, desarrollar esta idea hacia temáticas más humanas.

2.1.2. Nivel de Abstracción del Concepto. Tal vez uno de los hallazgos que vale resaltar dentro de esta Categoría de investigación, es que ninguna de las Unidades de Análisis en este Universo presenta su concepto de forma directa e inmediata. (Ver Figura 36)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Nivel de Abstracción del concepto	Lectura inmediata									
	Lectura Analítica	X	X		X	X			X	X
	Lectura Codificada			X			X	X		

Figura 36. (marzo 2024). NDLI Nivel de Abstracción del Concepto.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

La forma de Lectura analítica es la más prominente, con un interés por parte de los creadores en ofrecer la totalidad de su Narrativa en piezas, fomentando en su público la resolución de metáforas o la conexión de distintos puntos para lograr armar la historia completa y comprender el propósito del creador. *The Sun Vanished* (2018) y *Catastrophe Crow 64* (2020) utilizan el dialogo entre sus personajes, así como pistas variadas como medio narrativo. Por su lado, *Hi I'm Mary Mary* (2016) y *Daisy Brown* (2017) utilizan actitudes, anécdotas y personalidades de sus personajes como elemento a analizar para desentrañar un contexto, así como pistas narrativas escondidas para desarrollar el tema que desean tratar. *The Mandela Catalogue* (2021), presenta su Narrativa de forma desordenada, escondiendo pistas en sus diálogos e imágenes. Por su parte *SCP Foundation* (2007) exige en parte a su público que explore varias de sus historias para comprender completamente el mundo en el que estas suceden, así como conectar algunas de estas microhistorias unas con otras.

Las 3 Unidades de Análisis restantes hacen uso de una Lectura codificada, es decir, la encriptación de mensajes, o el uso de códigos y/o referencias, como medio para desentramar partes de la historia

y/o los temas de interés del creador. *Petscop* (2017) hace referencias a libros infantiles y casos de la vida real, así como rompecabezas; *I'm Sophie* (2020) utiliza código binario, códigos QR, y mensajes ocultos; *Welcome Home* (2022) crea sus propios sistemas de códigos, esconde hipervínculos en la forma de anagramas y pistas que solo pueden hallarse tras una larga búsqueda.

2.1.3. Identidad Visual. Absolutamente todas las Unidades de Análisis de este Universo utilizan elementos visuales que son reconocibles de otros contextos, de forma que el público ya relaciona la Propuesta con algo particular y lo toma en cuenta en su lectura interpretativa. (Ver Figura 37)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Identidad Visual	Identidad Visual Propia									
	Identidad Visual Referenciada	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Figura 37. (marzo 2024). NDLI Identidad Visual.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

The Sun Vanished (2018), *Hi I'm Mary Mary* (2016) y *Daisy Brown* (2017) utilizan elementos y lenguajes de comunicación típicos de blogs y cuentas personales, incluyendo la forma de interacción con el público, el uso del tiempo y de recursos como encuestas, respuestas y comentarios. *Petscop* (2017) y *Catastrophe Crow 64* (2020) usan el formato de Gameplay, y este último en particular el de un falso documental y compilaciones de bandas sonoras de un juego. *I'm Sophie* (2020) se alimenta de características vistas con anterioridad en las redes sociales de *Influencers* de familia adinerada. *Welcome Home* (2022) usa el estilo visual de series infantiles y de marionetas de los años 70, así como el tipo de mercancía y páginas webs reconocibles de este contexto. *The Mandela Catalogue* (2021) apropia los elementos del *found footage* y, para finalizar, *SCP Foundation* (2007) toma la estructura de un archivo científico o militar.

2.1.4. Estética Visual Dominante. La Estética Visual más recurrente en este Universo de investigación es la Estética Relista, seguida por la Fantástica. (Ver Figura 38)

Dentro de la Estética Realista, es decir, el uso de un estilo visual lo más similar a la realidad, se encuentran las Propuestas de *The Sun Vanished* (2018), *Hi I'm Mary Mary* (2016), *Catastrophe Crow 64* (2020) y *I'm Sophie* (2020), todas las cuales hacen uso de esta con el propósito de

proponer una suspensión de la realidad por parte del público, jugando entre lo verídico y lo ficticio, por medio de “pruebas” creíbles.

En el espectro generalmente opuesto a los anteriores, se encuentran *Petscop* (2017), *Daisy Brown* (2017) y *Welcome Home* (2022), los cuales se permiten utilizar paletas de colores vibrantes, personajes absolutamente incompatibles con la realidad y elementos que podrían ser fácilmente identificados como no reales. *Daisy Brown*, por ejemplo, usa marionetas de seres imposibles, con sangre verde y cuya anatomía no tiene sentido en el mundo real, pero que por medio de la historia el público decide tomar como personajes reales. *Petscop* usa personajes con morfologías extrañas, cuya apariencia no refleja a primera vista lo que representan. *Welcome Home*, de forma similar a *Daisy Brown*, no busca dar realismo absoluto a sus títeres vivos, ni a la plausibilidad de su mundo ficticio, sino que desarrolla su historia y permite a los usuarios partir de esta para explorarla.

The Mandela Catalogue (2021) hace uso de una estética oscura en concordancia con su temática, lo que ayuda a darle atmósfera e inmersividad a la Propuesta.

Por último, *SCP Foundation* (2007) no tiene una única estética particular, debido a la Naturaleza colaborativa y diversa de su Propuesta, y sus características visuales son un subproducto de su presentación conceptual, por lo que se ubica en la Subcategoría de “Estética incidental”.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Estética visual dominante	Estética Realista	X	X		X		X			
	Estética Fantástica			X		X		X		
	Estética Oscura								X	
	Estética incidental									X

Figura 38. (marzo 2024). NDLI Estética Visual Dominante.
 Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

2.1.5. Tipo de Acceso Formal. Todas las Propuestas de este Universo se desarrollan en su totalidad dentro del Internet, con una predilección por las redes sociales, seguidas de las páginas web, o varios de estos (Ver Figura 39).

The Sun Vanished (2018) hace uso únicamente de la plataforma de Twitter/X y *Petscop* (2017) se desarrolla únicamente en YouTube. Mientras tanto, *Hi I'm Mary Mary* (2016) y *Daisy Brown* (2017) usan tanto Twitter/X como YouTube. La Propuesta que más redes sociales utiliza es *I'm Sophie*, que hace uso de Twitter, YouTube e Instagram.

Por su parte, *Welcome Home* (2022) y *SCP Foundation* (2007) utilizan una única página web principal para desarrollar su historia, aunque en el caso de la primera, esta ha cambiado como parte de su trama.

Finalmente, *Catastrophe Crow 64* (2020) hace uso no solo de la plataforma de YouTube, sino también de otros medios, como un correo electrónico y Twitter. *The Mandela Catalogue* (2021), de forma similar, usa principalmente YouTube, pero en algún punto incluyó también un sitio web.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Tipo de Espacio Formal	Espacio Físico									
	Redes sociales	X	X	X		X	X			
	Página Web							X		X
	Mixto en la Web				X				X	
	Mixto realidad y digital									

Figura 39. (marzo 2024). NDLI Tipo de Acceso Formal.
 Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

2.1.6. Modalidad de Acceso. La totalidad de las Unidades de Análisis dentro de este Universo de investigación son de carácter público y gratuito dentro del Internet. Si bien algunos de los creadores de estas Propuestas Interactivas ofrecen contenido extra únicamente a aquellos usuarios del público que apoyen su trabajo monetariamente, este contenido no es necesario para

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Modalidad de Acceso	Espacio privado									
	Espacio Público	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Espacio Mixto									

Figura 40. (marzo 2024). NDLI Modalidad de Acceso.
 Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

tener una visión completa de la Narrativa y tiende a ser material que sirve como una bonificación para aquellos que ayudan a mantener el desarrollo de la Propuesta. (Ver Figura 40)

2.1.7. Elemento Principal de Navegación. Si bien algunas de las Unidades de Análisis utilizan varias formas de navegación para ser exploradas, se ha establecido un elemento principal de mayor uso e importancia para cada una de ellas. (Ver Figura 41)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Elemento Principal de Navegación	Hipertexto							X		X
	Dinámicas de Redes Sociales	X	X			X	X			
	Formato Serial			X	X				X	
	Publicación única									
	Instalación física									

Figura 41. (marzo 2024). NDLI Elemento Principal de Navegación.
 Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

Dado que el Tipo de Acceso más común es el de las Redes Sociales, es lógico que estas utilicen entonces sus dinámicas como estrategia principal. Sorprendentemente, este no siempre es el elemento utilizado por los creadores de este espacio. *The Sun Vanished* (2018), *Hi I'm Mary Mary* (2016), *Daisy Brown* (2017) y *I'm Sophie* (2020) hacen uso de dinámicas típicas de las redes que utilizan, como historias, encuestas, preguntas, comentarios, respuestas, hilos, reacciones, etc.

El segundo elemento más utilizado es el del formato serial, es decir, la publicación de contenido nuevo que amplía la Propuesta de manera casi que episódica. Esta forma de navegación es utilizada por *Petscop* (2017), *Catastrophe Crow 64*(2020) y *The Mandela Catalogue* (2021).

Por su parte, el uso del hipertexto para construir una narrativa y moverse dentro de esta es utilizado por *Welcome Home* (2022) y *SCP Foundation* (2007), ambas de las cuales se desarrollan dentro de páginas web.

2.1.8. Uso de Personajes. Todas las Unidades de Análisis de este Universo hacen uso de personajes ficticios como vehículo de su trama, conceptos y mundo, es decir personajes completamente diseñados por el creador con el propósito de dar un POV²⁰ específico a través del cual el público viva la narrativa, ya sea por medio de un único personaje protagónico o un elenco amplio en el que no haya un protagonista. (Ver Figura 42)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Uso de personajes	No hay un personaje central									
	El publico como protagonista									
	Personaje central ficticio definido		X			X				
	Personaje central ficticio no definido	X		X	X		X	X	X	X

Figura 42. (marzo 2024). NDLI Uso de Personajes.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

Únicamente dos Propuestas, *Hi I'm Mary Mary* (2016) y *Daisy Brown* (2017), hacen uso de un personaje principal ficticio definido que funge como protagonista durante todo el desarrollo de la Narrativa. El resto de las Propuestas Interactivas utiliza personajes ficticios no definidos, dado que ninguno actúa como personaje principal, o este papel cambia con el paso del tiempo.

2.1.9. Tipo de Participación. Ninguna de las Unidades de Análisis de este Universo propone a su público una participación inconsciente o contemplativa, teniendo un particular interés en proponer dinámicas lúdicas o creativas. (Ver Figura 43)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Tipo de Participación	Participación no Consciente									
	Participación Contemplativa									
	Participación Creativa Limitada	X				X				
	Participación Creativa Abierta		X							X
	Participación Ludica Investigativa			X	X		X	X	X	

Figura 43. (marzo 2024). NDLI Tipo de participación.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

²⁰ Point Of View. El punto de vista desde el que se narra o muestra una historia.

Mientras algunas Propuestas como *The Sun Vanished* (2018) y *Daisy Brown* (2017) permiten a su público influenciar de manera mínima y controlada en sus Propuestas, por medio de la comunicación con sus personajes y el uso de encuestas para tomar decisiones, las propuestas de *Hi I'm Mary Mary* (2016) y *SCP Foundation* (2007) dan mucha mayor libertad a su público para influenciar de forma más amplia a sus personajes o incluso cambiar su historia, por ello se ubican en una participación creativa abierta.

En esta investigación se encuentra que la participación más común en este Universo es el de la Participación Lúdica Investigativa, es decir, una participación en la que, generalmente, el público no puede cambiar el rumbo de la historia, pero es de vital importancia para organizarla y darle sentido. Esta subcategoría es entonces donde se encuentran las propuestas *Petscop* (2017), *Catastrophe Crow 64* (2020), *I'm Sophie* (2020), *Welcome Home* (2022) y *The Mandela Catalogue* (2021).

2.1.10. Uso del Tiempo. La mayoría de las Unidades de Análisis, hacen un uso del tiempo real, en el que el paso de las horas, días y meses es el mismo tanto en nuestra realidad, es decir la que habita el público, como en la realidad ficcional de la Propuesta. Esto genera un mayor involucramiento por parte del público, que se ve reflejado con mayor facilidad en los personajes que observa y en los sucesos que les ocurren. Las propuestas que entran en esta Subcategoría son *The Sun Vanished* (2018), *Hi I'm Mary Mary* (2016), *Daisy Brown* (2017), *I'm Sophie* (2020) y *Welcome Home* (2022) (Ver Figura 44).

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Uso del tiempo	Tiempo Real	X	X			X	X	X		
	Tiempo Propio			X					X	
	Tiempo Creativo									
	Tiempo no definido				X					X

Figura 44. (marzo 2024). NDLI Uso del Tiempo.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

Las propuestas *Petscop* (2017) y *The Mandela Catalogue* (2021), si bien trabajan el tema del tiempo dentro de sí, lo hacen de forma independiente al tiempo real, creando su propio ritmo y haciendo uso de estrategias como menciones de fechas o del paso de un tiempo en específico desde

un suceso reconocible, para que el público pueda establecer una línea de tiempo. Por esta razón se ubican en la Subcategoría de “Tiempo Propio”

Otras Propuestas como *Catastrophe Crow 64* (2020) y *SCP Foundation* (2007) no definen con demasiada rigurosidad el tiempo o simplemente no tienen un interés en explorarlo, por lo cual se ubican en la Subcategoría “Tiempo no definido”.

2.1.11. Financiación de la Propuesta. La mayoría de las Unidades de Análisis encuentran su financiación por medio de su público -*Hi I'm Mary Mary* (2016), *Welcome Home* (2022), *The Mandela Catalogue* (2021)- o del creador mismo -*The Sun Vanished* (2018), *Catastrophe Crow 64* (2020), *Daisy Brown* (2017)-. Es decir, los dos opuestos diametrales de la Categoría. En el caso de los segundos suele ser común que esto ocurra debido a la plataforma en que se presenta la propuesta, la perspectiva que tiene su creador sobre ella o el anonimato de este. (Ver Figura 45)

Dentro de este Universo, únicamente la Propuesta de *I'm Sophie* (2020) tiene la financiación de lo que podríamos denominar un medio oficial, en este caso, una Empresa productora de medios audiovisuales llamada Somnio Productions, motivo por el cual su presupuesto es mucho mayor al de la gran mayoría de otras Propuestas.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	The Sun Vanished	Hi I'm Mary Mary	Petscop	Catastrophe Crow 64!	Daisy Brown	I'm Sophie	Welcome Home	The Mandela Catalogue	SCP Foundation
Financiación de la Propuesta	Financiación por parte del creador	X			X	X				
	Financiación por parte del público		X					X	X	
	Financiación por parte de terceros						X			
	Financiación Desconocida			X						X

Figura 45. (marzo 2024). NDLI Financiación de la propuesta.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

Finalmente, *Catastrophe Crow 64* (2020) y *SCP Foundation* (2007) no tienen un medio claro de financiamiento que se pueda encontrar.

2.2. Universo 2: ACDI (Arte Contemporáneo Digital en Internet)

2.2.1. Premisa Conceptual. Ninguna de las Unidades de Análisis del Universo de ACDI se interesa por conceptos como lo desconocido. (Ver Figura 46) La Premisa Conceptual de las Propuestas se distribuye de forma bastante uniforme a través de los conceptos restantes.

Comenzando por *Text Rain* (1999), *Agatha Appears* (1997) y *Jodi.org* (1995), hay un fuerte interés, especialmente entre mediados y finales de los años 90, por explorar las formas de creación posibles dentro de la Web, es decir, un interés por las posibilidades artísticas o procesos de creación digital en sí mismos. *Jodi.org*, la más antigua analiza el uso el hipertexto y la exploración más abierta del espacio virtual. *Agatha Appears* hace uso de las herramientas disponibles en el navegador como elementos de carácter narrativo. Mientras que *Text Rain* explora la dualidad y conexión de los mundos virtual y físico, analizando las diferentes formas en que se puede moldear el lenguaje en estos espacios.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back from the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Premisa Conceptual	El arte o proceso de creación mismo	X		X		X				
	La experiencia humana		X		X			X		
	Critica social/politica						X		X	X
	Lo desconocido									

Figura 46. (marzo 2024). ACDI Premisa Conceptual.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo I. Hoja de codificación.

A su vez, otras Propuestas realizan sus búsquedas dentro del ámbito de la experiencia humana. *TeamLab Borderless* (2018), por ejemplo, genera un espacio de asombro, participación y creación que busca mover a su público a experimentar estas emociones a través de su recorrido. *My boyfriend came back from the war* (1996) explora emociones complejas, melancólicas e incómodas mediante el uso del espacio y el silencio como elemento narrativo. Y *We feel fine* (2006) se preocupa por los distintos aspectos del espectro de emociones humano.

En última instancia están aquellas Propuestas Interactivas cuyo enfoque es más el de una crítica social y/o política. Así, *Murmur Study* (2009) pone en evidencia el acumulamiento de mensajes emocionales por parte de grandes corporaciones, mientras que *IIB X 1371* (2015) y *Omega Mart* (2021) invitan a analizar al sistema capitalista desde una perspectiva de poder político y de consumismo respectivamente.

2.2.2. Nivel de Abstracción del Concepto. Una gran mayoría de las Unidades de Análisis de este Universo de Investigación presentan su concepto principal de interés con claridad, de forma inmediata para el público, enfocándose más en profundizar estos conceptos más desde perspectivas estéticas y formales. Este es el caso entonces de Propuestas como *Text Rain* (1999), *teamLab Boderless* (2018), *Agatha Appears* (1997), *My boyfriend came back from the war* (1996), *Murmur Study* (2009) y *We feel fine* (2006) (Ver Figura 47).

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back from the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Nivel de Abstracción del concepto	Lectura Inmediata	X	X	X	X		X	X		
	Lectura Analítica					X				X
	Lectura Codificada								X	

Figura 47. (marzo 2024). ACDI Nivel de Abstracción del Concepto.
 Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

De forma distinta y en menor medida, Propuestas como *Jodi.org* (1995) y *Omega Mart* (2021) esconden más su concepto en una primera estancia, de forma que se hace necesario escarbar un poco para llegar a este y comenzar a comprender la amplitud del planteamiento de sus creadores. De todas las Unidades de Análisis solo una, la de *IIB X 1371* (2015) tiene un interés particular en la lectura codificada, es decir, el uso de códigos, cifrados y mensajes ocultos de mayor complejidad cuya resolución es necesaria para comprender la totalidad de su Propuesta.

2.2.3. Identidad Visual. Un gran porcentaje de las Propuestas de este Universo construyen su propia identidad visual a partir de elementos que los creadores consideran pertinentes a sus búsquedas y en lógica con lo que desean transmitir (Ver Figura 48).

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back form the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Identidad Visual	Identidad Visual Propia	X	X	X	X		X	X		
	Identidad Visual Referenciada					X			X	X

Figura 48. (marzo 2024). ACDI Identidad visual.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

Únicamente Propuestas como *Jodi.org* (1995), *11B X 1371* (2015) y *Omega Mart* (2021) hacen referencia a otros contextos como parte de su identidad visual, referenciando la estética del *glitch* y el virus, del *found footage* y la muerte, y de los supermercados y centros comerciales, en dicho orden.

2.2.4. Estética Visual Dominante. El uso de ciertos elementos y características visuales van de acuerdo con la intención y concepto de interés de los creadores. (Ver Figura 49)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back form the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Estética visual dominante	Estética Realista									
	Estética Fantástica	X	X	X		X		X		X
	Estética Oscura				X				X	
	Estética incidental						X			

Figura 49. (marzo 2024). ACDI Estética Visual dominante.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

Así, el uso de una estética fantástica, con elementos surrealistas- como los productos de *Omega Mart* (2021) o las prendas de *Agatha Appears* (1997)-, colores vibrantes -como las proyecciones de *teamLab Borderless* (2018), las figuras de *Jodi.org* (1995) y el sitio web de *We feel fine* (2006), así como interacciones de un carácter casi mágico -como el juego con el lenguaje de *Text Rain* (1999) y, de nuevo, los recorridos de *teamlab Borderless*- puede dar vida a ciertas propuestas.

Muy por el contrario, el uso de una estética oscura es utilizada para dar ambientación a conceptos e ideas que se beneficien de elementos de este tipo, como es el caso de *My boyfriend comeback from the war* (1996) y *11B X 1371* (2015).

La estética de *Murmur Study* (2009), por su lado, es el resultado de la construcción de la propuesta y no parece ser una característica específica y particular de esta.

2.2.5. Tipo de Espacio Formal. El uso de las páginas web como espacio formal es predominante en las Unidades de Análisis de este Universo de investigación, siendo seguida de forma cercana por el uso de espacios físicos. (Ver Figura 50). Dentro de las Propuestas Interactivas estudiadas únicamente *11B X 1371* (2015) se presenta en un espacio diferente a los dos predominantes, usando las redes sociales dentro de sus propuestas, más específicamente YouTube. *Omega Mart* (2021) asimismo usa tanto una parte de redes sociales, como un espacio de Galería físico para desarrollarse.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back form the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Tipo de Espacio Formal	Espacio Físico	X	X				X			
	Redes sociales								X	
	Página Web			X	X	X		X		
	Mixto en la Web									
	Mixto realidad y digital									X

Figura 50. (marzo 2024). ACIDI Tipo de Espacio formal.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

2.2.6. Modalidad de Acceso. A pesar de que se podría pensar en primera instancia que la modalidad de acceso más frecuente dentro de las Artes sería el del espacio privado, podemos ver

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back form the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Modalidad de Acceso	Espacio privado	X	X				X			
	Espacio Público			X	X	X		X	X	
	Espacio Mixto									X

Figura 51. (marzo 2024). ACIDI Modalidad de Acceso.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

que el desarrollo de propuestas en el Internet ha permitido que exista un número de estas disponibles de forma libre y gratuita para el público. (Ver Figura 51)

Así, Propuestas como *Agatha Appears* (1997), *My boyfriend came back from the war* (1996), *Jodi.org* (1995), *We feel fine* (2006) y *11B X 1371* (2015), pueden ser asequibles sin la necesidad de viajar a conocer la Propuesta, pagar una entrada y tener un grado de limitación al momento de interactuar con esta. En casos como los de *Text Rain* (1999), *teamLab Borderless* (2018) y *Murmur Study* (2009), la naturaleza física de la Propuesta, así como la necesidad de que su público la experimente con su cuerpo real, hace necesario que estas ocurran en el plano de lo físico. *Omega Mart* (2021), por su parte, hace uso de ambos espacios de distintas maneras, pero de forma que es necesario visitar ambos para tener una experiencia completa.

2.2.7. Elemento Principal de Navegación. Debido al número de Unidades de Análisis que se desarrollan en un espacio físico en este Universo, el elemento de navegación más repetido en esta categoría es el que involucra precisamente el movimiento del público de manera presencial a través de la Propuesta (Ver Figura 52).

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back from the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Elemento Principal de Navegación	Hipertexto			X	X	X				
	Dinámicas de Redes Sociales									
	Formato Serial									
	Publicación única							X	X	
	Instalación física	X	X				X			X

Figura 52. (marzo 2024). ACDI Elemento Principal de Navegación.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de Codificación.

El uso del hipertexto como medio de navegación es el segundo más común en este Universo. Propuestas como *Agatha Appears* (1997), *My boyfriend came back from the war* (1996) y *Jodi.org* (1995), es decir, aquellas que se desarrollan principalmente en una página web, hacen uso de este elemento como una forma de movimiento de un punto a otro y como herramienta narrativa.

Finalmente, otro tipo de Propuestas como *We feel fine* (2006) y *11B X 1371* (2015) se pueden explorar en la única publicación en la que existen y lo que esta incluye, sin un tipo particular o específico de elemento diseñado para esto.

2.2.8. Uso de Personajes. Dentro de este Universo de investigación hay una tendencia a no utilizar al público o a personajes ficticios como vehículo de la Propuesta, lo que se ve en la selección de esta subcategoría por parte de cuatro Unidades de Análisis. (Ver Figura 53)

En segundo lugar, le sigue el uso del mismo público como protagonista o de un personaje principal específico. Dentro de la primera subcategoría se encuentran *Text Rain* (1999) y *teamLab Borderless* (2018), ambas propuestas que incitan al público a jugar con ella, y que se enfocan en ofrecer una experiencia al individuo como tal, haciendo que incluso su cuerpo se vuelva parte de la obra en una pantalla o proyección. En la segunda subcategoría tenemos a *Agatha Appears* (1997) que, como bien dice su título, tiene a Agatha- un personaje ficticio- como protagonista, y *My boyfriend came back from the war* (1996), cuya protagonista es el personaje sin nombre por medio de la cual el público puede ver la conversación de una pareja tras la guerra.

Finalmente, solo hay una Propuesta en este Universo que, si bien tiene personajes ficticios, no tiene a uno solo de ellos como un protagonista. Aunque *Omega Mart* (2021) podría parecer a primera vista una Propuesta en la que el público mismo es protagonista de la experiencia a través de sus videos y sitio presencial- como una especie de consumidor del supermercado-, la verdad es que, al profundizar en su Narrativa se encuentran varios personajes que ayudan a establecer el por qué y cómo de la propuesta, dando al público una historia de una compañía con hambre de poder que hace contacto con fuerzas sobrenaturales y las comienza a usar para su beneficio, con personajes como el CEO de la empresa, su hija, un grupo de científicos, una raza extraterrestre, etc., todos personajes ficticios, pero entre los cuales no hay un protagonista.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back from the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Uso de personajes	No hay un personaje central					X	X	X	X	
	El publico como protagonista	X	X							
	Personaje central ficticio definido			X	X					
	Personaje central ficticio no definido									X

Figura 53. (marzo 2024). ACDI Uso de Personajes.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

2.2.9. Tipo de Participación. La Participación contemplativa es la más frecuente en este Universo de Investigación, con cuatro de nueve Propuestas entrando en esta subcategoría: *Text Rain* (1999), *Agatha Appears* (1997), *My Boyfriend came back from the war* (1996) y *jodi.org* (1995) (Ver Figura 54).

La subcategoría que continua después de esta es la Participación Lúdica Investigativa, con Propuestas como *11B X 1371* (2015) y *Omega Mart* (2021), que invitan al público a involucrarse en la búsqueda de elementos ocultos con el propósito de develar la totalidad de la propuesta. Con el mismo número de Propuestas en este Universo de Investigación se encuentra la Participación no Consciente, es decir un público que no sabe que está aportando material para alimentar una Propuesta artística, caso de *Murmur Study* (2009) y *We feel fine* (2006), motivo por el que se encuentran denominados como participación no consciente.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back form the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Tipo de Participación	Participación no Consciente						X	X		
	Participación Contemplativa	X		X	X	X				
	Participación Creativa Limitada		X							
	Participación Creativa Abierta									
	Participación Ludica Investigativa								X	X

Figura 54. (marzo 2024). ACDI Tipo de Participación.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

Por último, únicamente *teamLab Borderless* (2018), que en algunas de sus exhibiciones permite el actuar directo del público sobre la Propuesta, permite una Participación Creativa Limitada.

Ninguna de las Unidades de Análisis de este Universo ofrece una Participación Creativa Abierta.

2.2.10. Uso del Tiempo. De forma similar a la Estética visual dominante, cada una de las propuestas tiene, inherentemente, un uso del tiempo dentro de sí mismas por el mero hecho de existir. Sin embargo, no todas las formas de utilizar el tiempo son algo consciente por parte del creador, sino que pueden ser un subproducto de otros factores en el proceso de creación de la propuesta.

Cuatro de las Unidades de Análisis de las ACDI -*Text Rain* (1999), *Jodi.org* (1995), *We feel fine* (2006) y *11B X 1371* (2015)- entran precisamente en este último grupo en el que el uso del tiempo está supeditado a otros factores -como la idea de interactividad en *Text Rain* (1999) o la presentación de los códigos en *11B X 1371* (2015)- por lo que pertenecen a la subcategoría de tiempo no definido (Ver Figura 55).

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back from the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Uso del tiempo	Tiempo Real						X			
	Tiempo Propio			X	X					
	Tiempo Creativo		X							X
	Tiempo no definido	X				X		X	X	

Figura 55. (marzo 2024). ACDI Uso del Tiempo.

Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

Murmur Study (2009), por su parte, utiliza el tiempo real, mediante la impresión de mensajes publicados en líneas tan pronto estos son encontrados, algo consciente por parte de su creador.

Agatha Appears (1997) y *My boyfriend came back from the war* (1996) utilizan el tiempo dentro de sus propuestas, pero creando un ritmo propio entre la Propuesta y el público, quien controla que tan rápido o lento avanza este según explora la Propuesta.

Por su lado *teamLab Borderless* (2018) a pesar de ubicarse en la realidad, juega con el tiempo de forma creativa, haciendo que parte de sus exposiciones se sientan eternas, atrapando al público en bucles o liberándolo en salas en las que el tiempo corre de forma normal. *Omega Mart* (2021) también juega de forma creativa con el tiempo en su narrativa, particularmente en sus contenidos virtuales, imitando publicidades de distintos periodos de antigüedad y generando una sensación de atemporalidad moderna en su Propuesta que no permite saber cuánto tiempo ha estado este supermercado en nuestro plano.

2.2.11. Financiación de la Propuesta. Lamentablemente hay un desconocimiento del origen del financiamiento económico de una parte considerable de las Unidades de Análisis de este universo. (Ver Figura 56)

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Text Rain	teamLab Borderless	Agatha Appears	My Boyfriend Came back form the War	Jodi.org	Murmur Study	We feel fine	11B X 1371	Omega Mart
Financiación de la Propuesta	Financiación por parte del creador								X	
	Financiación por parte del público		X							X
	Financiación por parte de terceros						X			
	Financiación Desconocida	X		X	X	X		X		

Figura 56. (marzo 2024). ACIDI Financiación de la propuesta.
Nota: Captura de Pantalla tomada del Anexo 1. Hoja de codificación.

A pesar de lo anterior podemos deducir que ciertas obras que han sido presentadas en espacios como galerías o museos- como *Text Rain* (1999)- que han aparecido en periódicos, revistas y sido nominadas a premios, como *-We feel fine* (2006)- o que son consideradas por la comunidad artística como propuestas con un gran impacto para el contexto, como- *Agatha Appears* (1997) y *My boyfriend came back from the war* (1996)- deben haber recibido aunque sea una parte de sus soporte económico de estos mismos medios, muy posiblemente por parte de Instituciones, como es el caso de *Murmur Study* (2009).

De las propuestas que sí tenemos información verificable, podemos ver la financiación por parte del mismo público en *teamLab Borderless* (2018) y *Omega Mart* (2021), ambas de las cuales tienen un costo de entrada y ofrecen productos o servicios relacionados con los conceptos e ideas que exploran, ya sean los productos bizarros de *Omega Mart* (2021) o la experiencia interactiva del café de *teamLab Borderless* (2018).

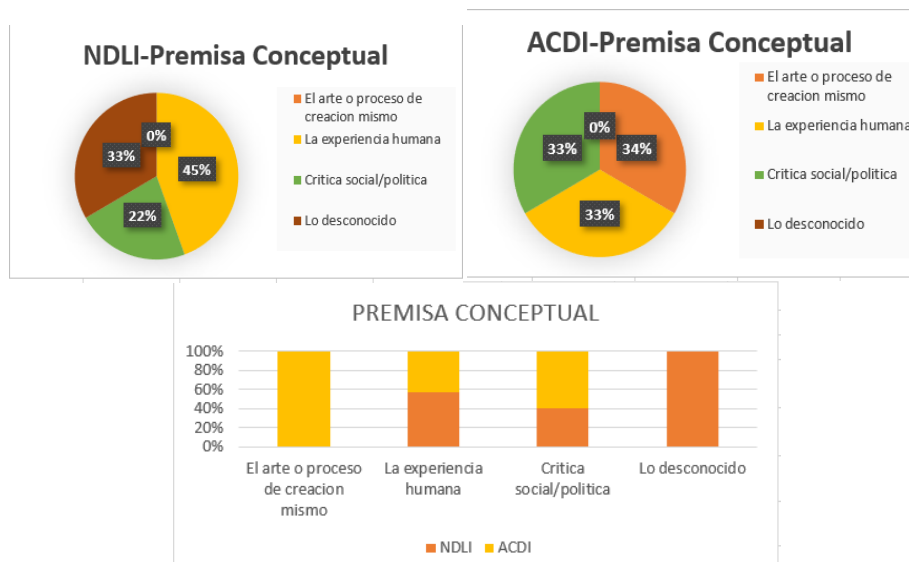
Para finalizar, tenemos a *11B X 1371* (2015), propuesta financiada por su propio creador como una inversión a futuro, de forma que pudiera dar a conocer sus habilidades a los mercados interesados.

3. Análisis Comparativo

En base a los datos recopilados tanto en la Descripción de las Unidades de análisis como en la Hoja de Codificación (Ver Anexo 1), podemos entonces comenzar a contrastar la información encontrada. Para dicho propósito, se irán comparando los resultados de cada Categoría en ambos Universos, de forma progresiva.

3.1. Premisa Conceptual.

Como podemos apreciar en la Figura 57, el concepto de la experiencia humana es de vital importancia dentro de ambos Universos de investigación, con una leve mayoría dentro del de las NDLI en relación a otros conceptos.



En el otro extremo tenemos el de lo desconocido y el del arte o proceso de creación mismo, conceptos monopolizados completamente por un solo Universo cada uno, el primero por las NDLI y el segundo por las ACDI.

Si bien el tema de lo desconocido no es ajeno al arte- de hecho, propuestas como *IIB X 1371* (2015) y *Omega Mart* (2021) parecen tenerlo como un tema secundario a sus conceptos principales- tal vez una de las cosas que tiende a caracterizar al contexto artístico es la consciencia sobre la pertinencia de una propuesta, es decir, los artistas hacen un esfuerzo para que sus propuestas tengan algo que aportar al momento. Esto se ve reflejado en que la mayoría de las

propuestas quieran decir algo que interese al contexto artístico, razón por la cual el tema de lo desconocido no sea un concepto tan explorado por sí solo.

Por otra parte, el concepto del arte o proceso de creación mismo, es de carácter casi que autorreflexivo para los artistas, esto es que le atañe al contexto de las artes de forma particular más que a cualquier otra área, por lo que es algo que podría no atraer a personas fuera de este espacio.

El concepto de la crítica social y/o política es de interés de ambos Universos, representando en ambos una parte considerable, cosa que tiene sentido si se considera que los sistemas, hechos, personas e instituciones a los que se puede hacer crítica involucran, generalmente, a toda persona en la sociedad en la que estos existen, sean o no parte del contexto artístico.

En esta categoría entonces, encontramos un punto de unión entre ambos espacios en la importancia de dos conceptos repetidos dentro de los dos. La experiencia humana y la crítica social y/o política son temas entonces que le competen tanto a públicos artísticos como públicos ajenos al arte, es decir, son conceptos con los cuales se puede sentir identificado o afectado cualquier individuo, sin la necesidad de un conocimiento previo, razón por la que tienen un buen recibimiento por parte de ambos públicos.

3.2. Nivel de Abstracción del Concepto.

Como se puede apreciar en la Figura 58, el uso de la lectura inmediata del concepto pertenece únicamente al Universo de las ACDI, mientras que el de las NDLI tiene un mayor número de Unidades de Análisis que buscan jugar con sus conceptos, ocultándolos, camuflándolos y codificándolos en la forma de un rompecabezas y poniendo cierto grado de dificultad a la hora de llegar al corazón de sus propuestas. Con este hallazgo podemos entonces observar que hay un interés por parte de usuarios en la Web por participar en Narrativas Digitales que propongan juegos de búsquedas, interpretaciones y diálogos, algo que puede florecer en este espacio.

También se puede observar que el nivel de abstracción que se repite en ambos Universos con mayor énfasis es el de la lectura analítica, siendo la de menor uso en ambos la de lectura codificada. Esta última, aunque interesante para ambos públicos, resulta más difícil de resolver e interpretar y requiere casi que de forma obligatoria la construcción de una comunidad alrededor de la propuesta, así como la participación de usuarios especializados en temas de decodificación y cifrados para resolverla, lo cual puede limitar la participación de otros usuarios que no cuenten con estas habilidades.

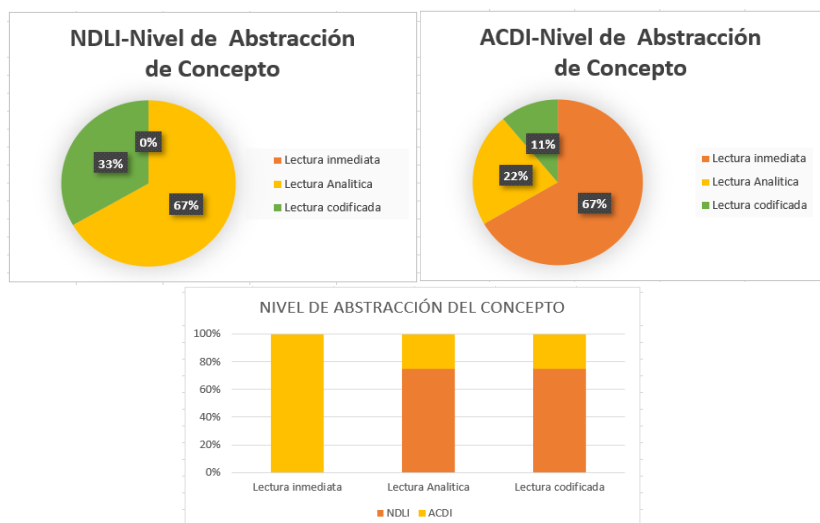


Figura 58. (abril 2024). Gráficas comparativas de Nivel de Abstracción del Concepto.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

3.3. Identidad Visual.

Podemos apreciar que la totalidad del Universo de las NDLI hace referencia a otros contextos dentro de sus elementos visuales, mientras que la mayoría de las ACDI tiende a desarrollar una estética completamente propia (Ver Figura 59).

El uso de elementos visuales como patrones, estéticas, paletas de colores, tipos de composición, formas y demás que referencien a algo específico y fácil de reconocer permite que el público ubique la propuesta dentro de un contexto y que el creador pueda dar inicio a esta de forma más rápida y efectiva, sin que por esto se pierda sentido o fuerza. A su vez, el uso de ciertos elementos visuales reconocibles puede ayudar a dar ambiente al concepto que explora el creador o pistas a su público sobre que, como y donde buscarlo.

Hay otras propuestas que no se benefician de referenciar otros contextos, ya que la totalidad de su desarrollo ocurre dentro de sí mismas.

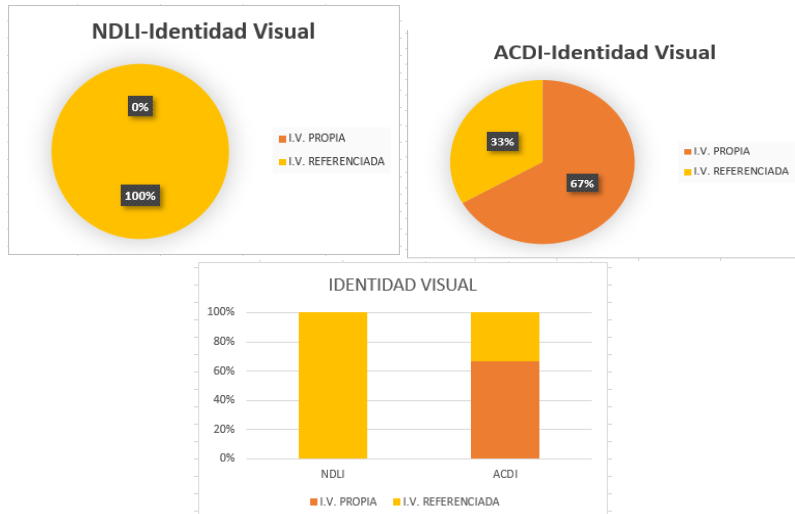


Figura 59. (abril 2024). Gráficas comparativas de Identidad Visual.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

3.4. Estética Visual Dominante.

La estética realista es totalmente apropiada por el Universo de las NDLI, en el que cerca de la mitad de sus propuestas utilizan elementos lo más parecidos posible a la realidad, con el propósito de convencer al espectador de la veracidad de los hechos que en ellas ocurren. En el Universo de

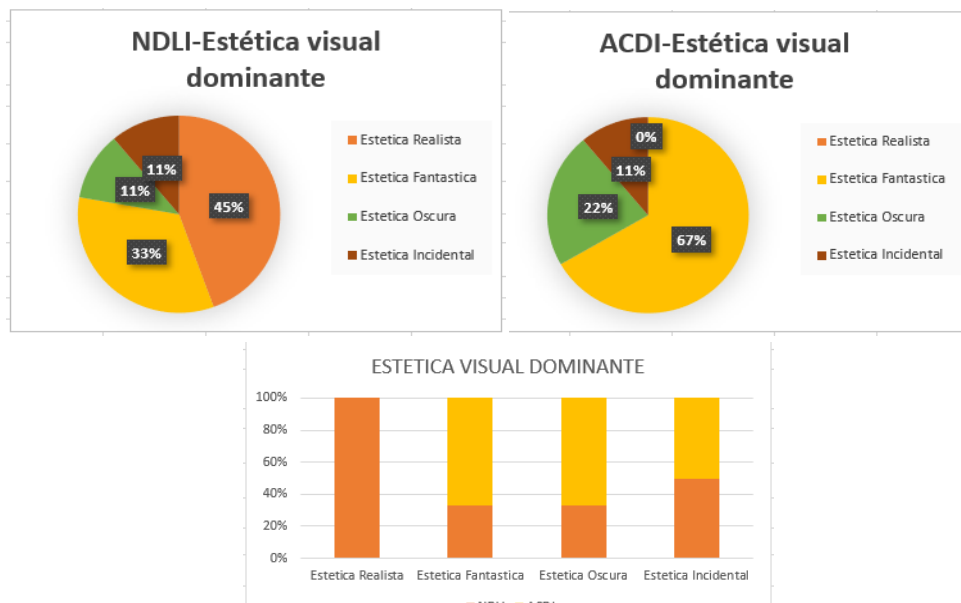


Figura 60. (abril 2024). Gráficas comparativas de Estética Visual Dominante.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

las ACDI, en cambio, la estética fantástica abarca dos tercios de todas sus Unidades de Análisis. Esta misma estética es la segunda más destacada en el universo de las NDLI, ocupando un tercio de su totalidad.

El uso de una estética oscura es más común dentro de las ACDI, mientras que la aparición de una estética incidental como algo secundario a otras características de una propuesta es igual en ambos Universos.

El uso de cualquier estética siempre irá ligado a lo que desee generar el creador en su público, pero se puede intuir que siempre será mejor elegir una estética de manera intencional que dejarla como un aspecto secundario de la propuesta. También se puede identificar que el uso de colores vivos y elementos surreales puede captar la atención de ambos públicos (Ver Figura 60).

3.5. Tipo de Espacio Formal.

El espacio más frecuente dentro del Universo de las NDLI es el de las redes sociales, espacio en el que las ACDI apenas tienen una única propuesta. Asimismo, el uso de un espacio físico, ya sea de forma individual o mezclándolo con un espacio virtual, está completamente bajo control de las ACDI. Esto es consecuente con la tradición del contexto artístico de desarrollarse en el espacio de lo físico, particularmente en galerías o museos.

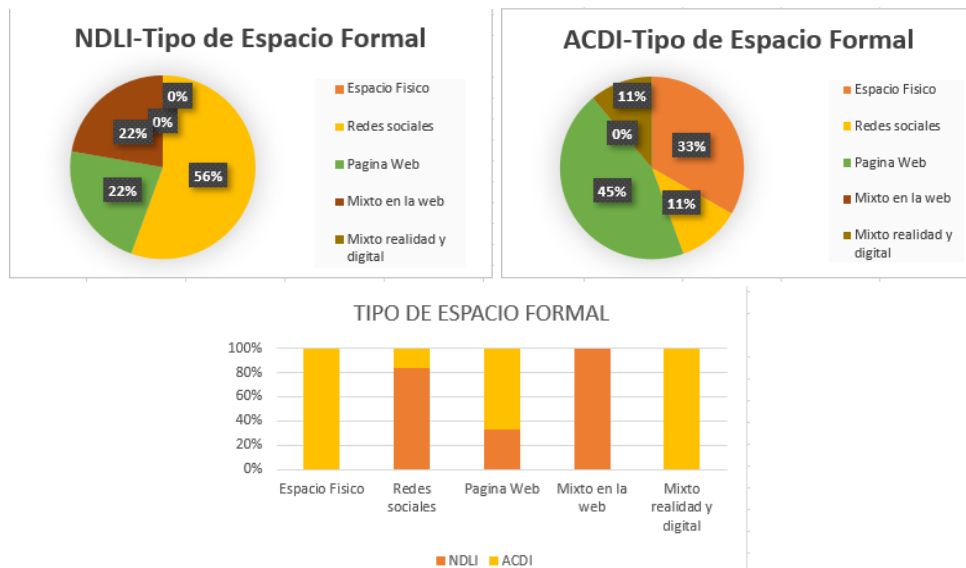


Figura 61. (abril 2024). Gráficas comparativas de Tipo de Espacio Formal.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

Por otra parte, el espacio más sobresaliente en este último universo es el de las páginas Web, con casi la mitad de sus propuestas desarrollándose en este; este mismo espacio es el segundo más utilizado en el Universo de las NDLI, con el mismo porcentaje de uso que el de propuestas que mezclan espacios en la web.

El uso de un espacio físico puede ser beneficioso, ya que pone en participación no solo la mente del público, sino que involucra el cuerpo de este, así como sus sentidos en la propuesta. A pesar de esto es importante tomar en consideración las limitantes que esto puede conllevar, las cuales se analizarán en la siguiente categoría.

Se puede observar en esta categoría una posibilidad creativa poco explotada por las artes en las redes sociales (Ver Figura 61).

3.6. Modalidad de Acceso.

Tal como se evidenció en la categoría anterior, las ACDI son el Universo dentro del cual se encuentran todas las propuestas Interactivas que hacen uso de un espacio físico, ya sea de forma absoluta o parcial. La particularidad de un espacio físico lo convierte entonces en un espacio privado, debido a la necesidad de pagar una entrada para poder ingresar al espacio de la obra, algo que puede generar una barrera con el público que, si no está familiarizado con el arte, podría no acercarse jamás a este tipo de espacios. Algo que se debe considerar también en un espacio privado de carácter físico es que, si este logra atraer a un público amplio internacional, ya sea parte del contexto del arte o no, solo una parte de este podrá acercarse verdaderamente a la propuesta al tener la capacidad para viajar a donde esta se encuentre.

La inclusión de una parte de la propuesta asequible a este público de forma mixta- por medio del Internet, por ejemplo- puede ayudar un poco en este aspecto, pese a lo cual esta posibilidad apenas se ve dentro de los datos recopilados.

Cabe considerar que un espacio privado podría no solo incluir espacios físicos, sino también espacios virtuales que exijan un pago o suscripción para poder visualizar o participar de una propuesta.

El uso de un espacio público, por razones del enfoque de esta Investigación, es el más común dentro de la muestra de Unidades de Análisis recogidas, además de ser el que facilita la inclusión de un público más diverso en términos de localización geográfica, conocimientos previos y posibilidades económicas (Ver Figura 62).

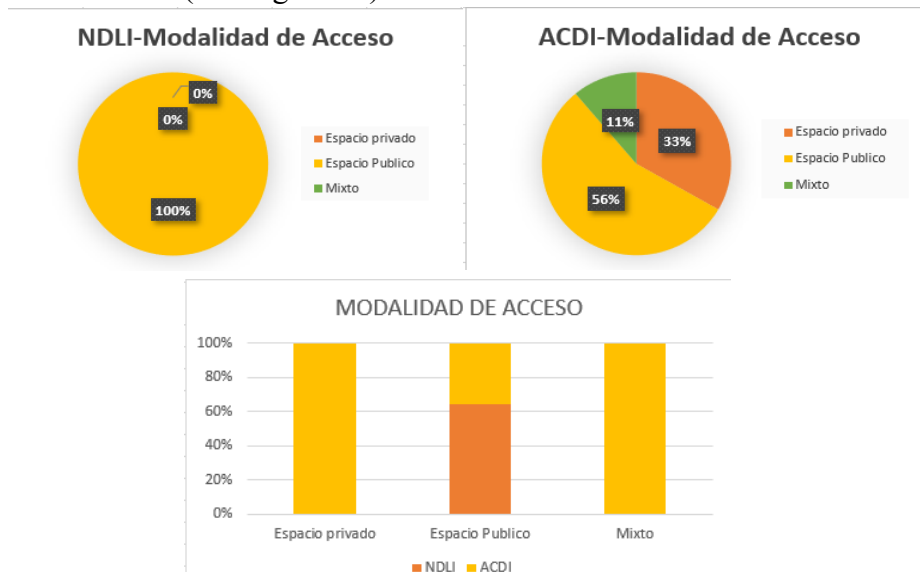


Figura 62. (abril 2024). Graficas comparativas de Modalidad de Acceso. Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

3.7. Elemento Principal de Navegación.

Como se puede evidenciar en la Figura 63, esta es una categoría en la cual hay una gran disparidad de resultados por parte de ambos Universos de Investigación, siendo que los dos Elementos Principales de Navegación de cada uno de estos no aparece en el otro. Así, casi la mitad de las Unidades de Análisis de las NDLI hacen uso de las dinámicas de redes sociales, considerando que estas son, además, el Tipo de espacio formal más utilizado en este universo, siendo el segundo elemento de Navegación más común el del formato serial, el cual equivale a un tercio de la totalidad de las propuestas.

Por su parte, casi la mitad de las Unidades del Universo de las ACDI hace uso de la navegación de una instalación física como medio principal para que el público recorra la propuesta, siendo el segundo la navegación de una publicación única que puede ser explorada en la forma en que el público lo desee.

Dado que ambos Universos tienen un interés por desarrollar propuestas en páginas web, el uso del Hipertexto como elemento de navegación es compartido por los dos, con mayor relevancia para las ACDI. Este elemento entonces parece funcionar para ambos tipos de público y ser capaz de mantenerse en el tiempo, considerando que se ha usado por más de tres décadas y aún tiene relevancia en el contexto actual.

Hay entonces un vacío dentro del contexto artístico que podría hacer uso de las herramientas que ofrecen las redes sociales, así como la aparición de propuestas de mayor duración mediante el uso de un formato serial en lugar de una única publicación.

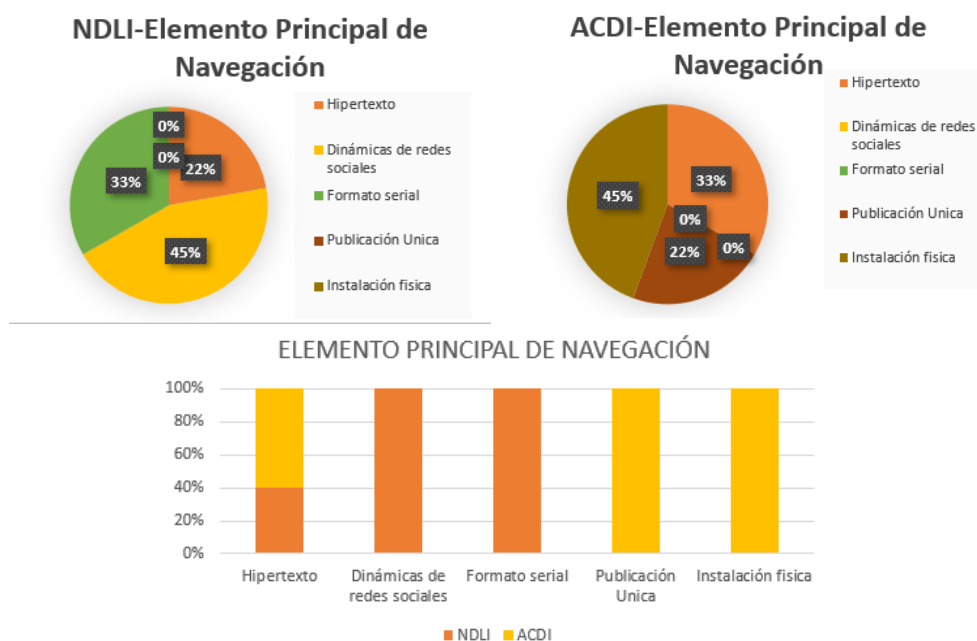


Figura 63. (abril 2024). Gráficas comparativas de Elemento Principal de Navegación. Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

3.8. Uso de Personajes.

Esta es otra categoría donde se puede ver una gran diferencia entre ambos universos de Investigación (Ver Figura 64).

Se puede ver que en el Universo de las NDLI hay un fuerte interés por el desarrollo de personajes ficticios construidos completamente como vehículo de la propuesta, con un mayor hincapié en la construcción de todo un conjunto de estos sin que ninguno tenga particular protagonismo. Esto es congruente con la disposición de la mayoría de estas propuestas a seguir una trama narrativa

ficticia construida alrededor de un concepto de experiencia humana o de crítica social. El desarrollo de un elenco de personajes ficticios permite entonces establecer una empatía entre el público y la propuesta, así como ayuda a generar *engagement*²¹, especialmente en propuestas que

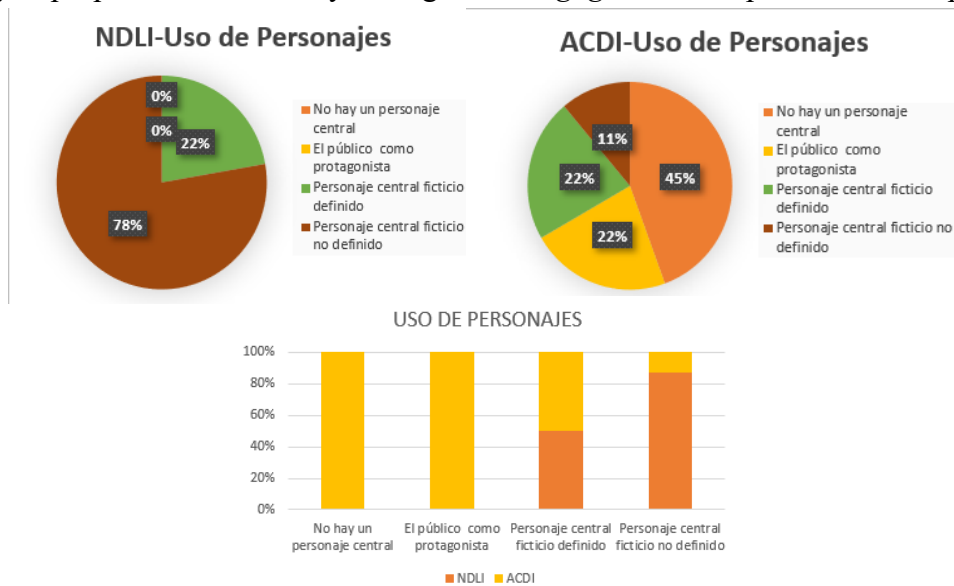


Figura 64. (abril 2024). Gráficas comparativas de Uso de Personajes.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

hacen uso de las redes sociales y se comunican directamente con el público, lo que les da una veracidad y humanidad adicionales.

Muy distinto es el aproximamiento del universo de las ACDI, que tiene un mayor énfasis en propuestas que no crean personajes ficticios en absoluto. Cerca de la mitad de sus Unidades hacen al público participe, pero no le ofrecen un protagonismo- un ejemplo de esto es *IIB X 1371* (2015). Cerca de un cuarto de las Unidades, por su parte, hacen al público Protagonista - como es el caso de *Text Rain* (1999) y *teamLab Borderless* (2021)-, resaltando la experiencia personal e individual de este, algo que parece ser específico de aquellas Unidades que ofrecen un espacio físico y casi mágico para que el público interactúe de forma directa con la propuesta por medio del cuerpo. Otro porcentaje similar sí hace uso de un personaje central ficticio definido para que el público explore la propuesta mediante este, mientras que apenas una sola Unidad- *Omega Mart* (2021)- crea un conjunto de personajes ficticios para dicho propósito.

²¹ Interés, dedicación, participación o involucramiento de una persona o grupo de personas hacia un contenido, actividad, evento, etc.

Se puede percibir que en el espacio entre las propuestas de NDLI que exploran conceptos humanos y aquellas que no crean personajes ni ponen al público como protagonista, hay una superposición de propuestas que, aunque tocan un tema inherente a las emociones humanas, lo hacen de forma menos personal y que podría ser leída por algunos como fría.

Ambos Universos tienen entonces en común el mismo porcentaje de Unidades que hacen uso de un personaje principal que funge como protagonista de la propuesta.

Cabe entonces la posibilidad de explorar más el uso de personajes ficticios como forma de atrapar al público- ya que es una herramienta que no ha sido muy explotada en el campo artístico-, algo que se puede ver ha tenido éxito en otros espacios como el cine, la literatura y la televisión, y que puede ser efectivo si se desea construir narrativas.

El hacer al público mismo el protagonista de una propuesta también ha demostrado ser un tipo de interacción atrapante para ambos públicos si se toma en cuenta el interés de públicos no artísticos por las propuestas artísticas que incluyen este tipo de participación.

3.9. Tipo de Participación.

Por medio de la Figura 65 podemos observar que estos dos Universos comparten únicamente dos de cinco subcategorías y, aun así, de manera desigual.

El Universo de las NDLI posee la totalidad de la subcategoría participación creativa abierta, siendo esta equivalente a casi un cuarto de sus unidades de análisis totales, con el mismo porcentaje que la participación creativa limitada. A su vez, el tipo de participación más usual en este universo es el de la participación lúdica investigativa, que abarca más de la mitad de sus unidades totales.

Por su parte la participación contemplativa es la más representativa del Universo de ACDI, siendo seguida por la participación no consciente- de la cual tiene el monopolio- y la participación Lúdica Investigativa con solo una unidad-*teamLab Borderless (2018)*- perteneciendo a la participación creativa limitada.

El uso mayoritario de la participación contemplativa dentro de las ACDI es probablemente herencia de la tradición contemplativa en el contexto del arte, que propicia una posición de espectador en el público. Con el desarrollo de nuevas tecnologías dentro de este contexto, sin embargo, se ha logrado involucrar un poco más al público con propuestas en el ámbito digital, haciendo que este deba actuar de alguna manera para permitir su desarrollo, lo que puede generar un mayor interés por parte de públicos fuera del arte para involucrarse en el contexto, en comparación con propuestas que no ofrecen estas posibilidades interactivas.



Figura 65. (abril 2024). Gráficas comparativas de Tipo de Participación.
 Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

En cuanto a la participación no consciente- encontrada en *We feel fine* (2006) y *Murmur Study* (2009)- cabe cuestionarse si es posible extender el resultado de este tipo de propuestas al público mismo que las ha alimentado, de forma que pueda ser participe consciente de estas, aunque sea en su recepción. Si bien acciones como la creación de un libro- como en el caso de *We feel fine* (2006)- pueden hacer más asequible la propuesta a los internautas que han hecho parte de ellas sin saberlo, tal vez el creador podría utilizar el mismo espacio donde se encuentra su público inconsciente- por ejemplo, las redes sociales- para generar una puerta hacia su propuesta que haga de esta una vía de dos carriles.

Es importante destacar que ciertos Tipos de Participación, especialmente aquellos que exigen una mayor involucración por parte del público y que este se organice de forma comunitaria, requieren más tiempo. Es entonces difícil que estas formas de participación se den en un espacio fuera del internet.

3.10. Uso del tiempo.

Ambos Universos de Investigación desarrollan una construcción de tiempo Propio dentro de sus propuestas en la misma proporción, generando un ritmo temporal particular para la propuesta que puede o no controlar el público, como lo podría ser la creación de una nueva historia surgida en el pasado en la propuesta de *SCP Foundation* (2007), o la velocidad y orden en que avanza la conversación de los personajes de *My boyfriend came back from the war* (1996).

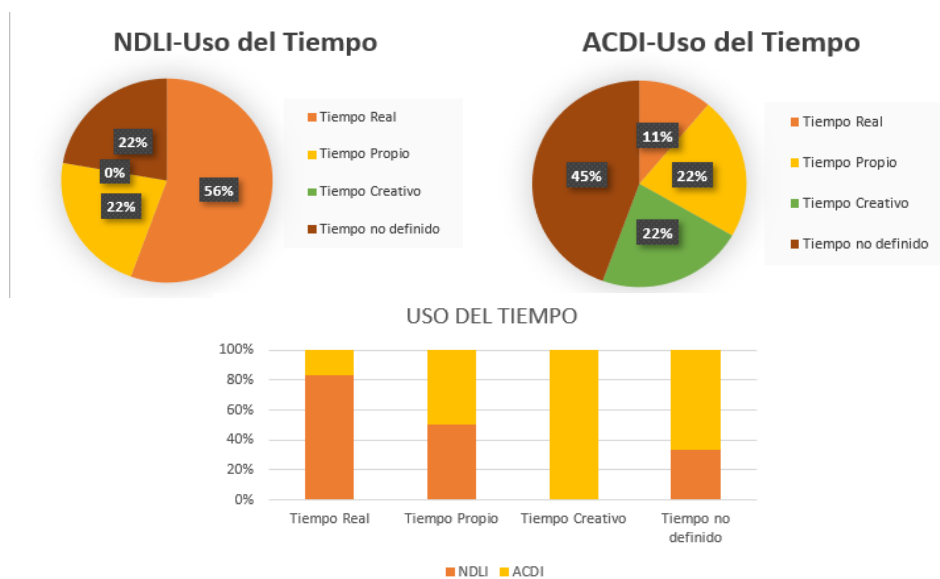


Figura 66. (abril 2024). Gráficas comparativas de Uso del Tiempo.
Nota: Capturas de Pantalla tomadas del Anexo 1. Hoja de codificación.

Por otro lado, únicamente las ACDI toman el tiempo y ya no solo lo usan, sino que juegan con él y lo hacen parte de una experiencia, desarrollando un tiempo creativo en casi un cuarto de sus Unidades, e involucrando de forma directa al público en estas dinámicas.

Las NDLI por su parte, tienen un interés particular en el uso del tiempo real a la hora de desarrollar sus propuestas, generando un paralelo entre el mundo real que vive el público y el ficticio que sucede dentro de su Narrativa que, si se mezcla con el desarrollo de personajes ficticios, puede dar como resultado la construcción de una personalidad en internet que se siente real para los otros

usuarios. Esta estrategia es, quizá, la que permite que el público de algunas de las propuestas de este Universo pueda empatizar, preocuparse y sentirse identificado con estos personajes, así como interesarse por los sucesos que les ocurren.

El uso de redes sociales puede facilitar la utilización del tiempo real como herramienta ya que, si bien no todas sus interacciones son sincrónicas- por ejemplo, una publicación puede ser vista de forma inmediata como también puede ser vista mucho después de su publicación-, logran generar una percepción de interacción en tiempo real de forma suficiente como para que el público sienta que está presenciando el desarrollo de una propuesta en vivo. El uso de herramientas de carácter efímero- como las historias de *Instagram*-, redes sociales basadas en el *microblogging*²²- como es el caso de *Twitter/X* o *Threads*- o transmisiones en directo- como *YouTuve Live* o *Instagram Live*- presentes en las redes sociales pueden hacer de una propuesta un evento que ya no solo se perciba como en tiempo real, sino que este verdaderamente sincronizado con la realidad.

Como se observa en la Figura 66 hay un espacio de vacío en el universo de las ACDI con respecto a este tema que podría llenarse haciendo un uso consciente del tiempo según las intenciones del creador.

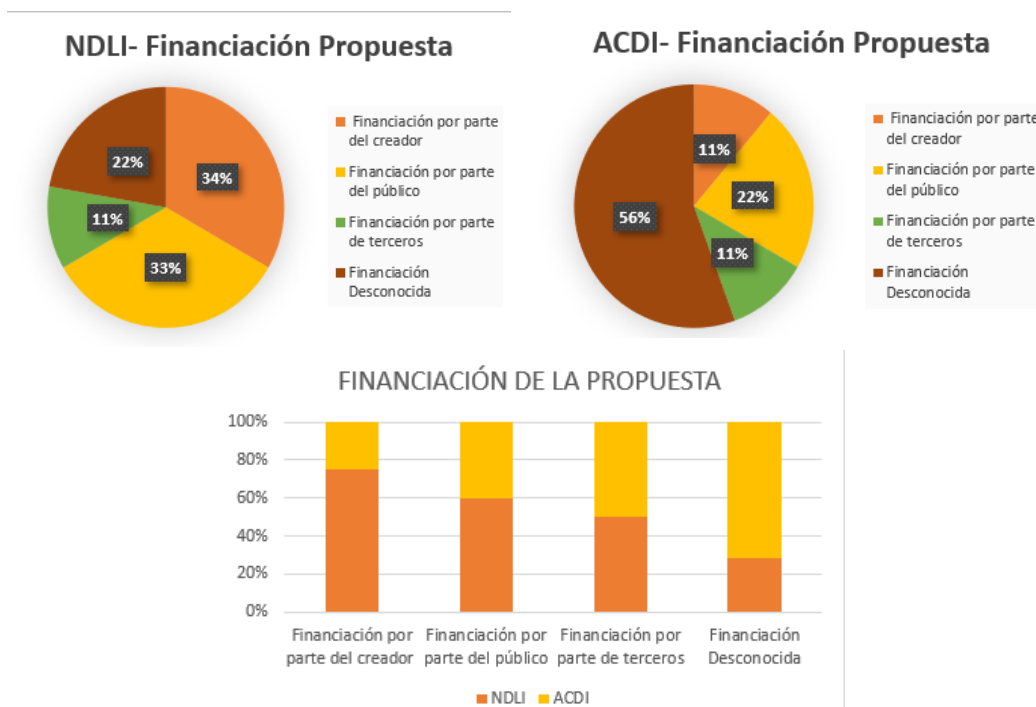
3.11. Financiación de la Propuesta.

A pesar de que no se conoce de forma definitiva el método de financiación de un 39% de las Unidades de ambos Universos, se puede inferir que algunas propuestas, particularmente de carácter artístico y que han sido expuestas en galerías o museos y han ganado reconocimientos o premios, pueden haber recibido al menos una parte de financiación de terceros -como podría ser el caso de *Text Rain* (1999) y *We feel fine* (2006)-, tal como se comentó en la descripción de la Hoja de codificación de esta Investigación.

Viendo la Figura 67 podemos ver que la financiación de propuestas por parte de Instituciones, Empresas o Fundaciones aparece como igual en ambos Universos, pero si tomamos en cuenta lo inferido anteriormente, podemos encontrar una mayor facilidad para encontrar este tipo de financiación dentro del Universo de las ACDI.

²² Publicación de contenido breve de forma constante para generar una interacción rápida e instantánea con un público.

La financiación por parte del público, a su vez, representa un porcentaje importante dentro de ambos Universos. Esta forma de financiación es posible tanto para propuestas que se desarrollan en el espacio físico, como en un espacio virtual y pueden ir desde entradas, patrocinios, donaciones, venta de mercancía e incluso de productos de consumo. Esta posibilidad requiere del establecimiento de un público de cierto tamaño, así como algún medio de comunicación con este, sin embargo, puede representar una manera para el creador de no depender de las limitantes que podría imponer una Institución.



Dentro del Universo de las NDLI es más común que un creador financie su propia propuesta - como es el caso de *Daisy Brown* (2017) y *Hi I'm Mary Mary* (2016)-, en varios casos debido a que la percibe más como un hobby que como una propuesta establecida. A pesar de esto es importante considerar que varios de los creadores de este tipo de propuestas han continuado este camino, tras lo cual, con un público que ya reconoce su trabajo, pueden comenzar a pensar en formas de financiarse. Esto precisamente es lo que hace la única Unidad de las ACDI financiada por su creador- *IIB X 1371* (2015)-, quien utilizó la oportunidad como un medio publicitario para darse a conocer y consolidar su nombre en el contexto. Esta idea puede ser de utilidad para creadores

poco conocidos que apenas estén iniciando su carrera y deseen hacerse un nombre en el Internet, a pesar de lo cual siempre será mejor considerar otras formas de financiación.

3.12. Impacto de la Propuesta.

Tal como se mencionó en la aparición de nuevas categorías de investigación, esta categoría no puede ser comparada de la misma forma que las demás, razón por la cual la comparación se hará de forma cualitativa.

Dentro de ambos universos podemos ver tipos de impacto diferentes.

Las NDLI logran generar un impacto dentro de públicos del Internet que se interesan por este tipo de dinámicas, y en los cuales existen también propuestas que son consideradas de importancia por haber popularizado formas de crear, temas particulares o convertirse en clásicos casi de culto. Esto se puede ver en datos como seguidores de redes sociales, en un número considerable de videos de cuentas diferentes hablando de las propuestas, vistas en estos videos, la apertura de discusiones en plataformas como *4chan*, *Reddit* o *Discord* y la creación de contenido desarrollado por fans referente a la Narrativa.

Si bien algunas de estas propuestas son mencionadas en espacios fuera del internet- como puede ser el artículo de Anastasio García *La Fundación SCP en el desarrollo de la alfabetización académica, fomento de la lectura y la escritura creativa* (2021) para la Revista de la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad de Almería- esto no es muy común ni representa un impacto particularmente significativo en estos espacios.

De forma muy distinta se puede ver el impacto de la mayoría de propuestas de ACDI.

Dentro del contexto artístico podemos comprobar el nivel de impacto de ciertas propuestas debido a su referenciación en textos, artículos y reseñas que conciernen al contexto de las artes visuales. Libros como *Internet Art* (2004) de Rachel Greene o *Digital Art* (2015) de Christiane Paul, tienen un peso para el contexto artístico y mencionan, describen y recopilan obras que son de importancia para este. Así mismo la presencia de una propuesta en exposiciones de distintos espacios artísticos como galerías y museos, indica que esta ha llegado a cierto nivel de éxito dentro del contexto.

Si bien es cierto que algunos artistas o colectivos poseen redes sociales, ya sea para todo su portafolio o para una única propuesta, no es muy común en el universo de las ACDI que se pueda verdaderamente hacer una medición de impacto por estos medios, exceptuando aquellas propuestas que se acercan más a las dinámicas vistas en las NDLI.

La clara separación de estas formas de impacto hace clara también la diferencia entre los públicos de estos dos universos, así como la forma en la que sus participantes se comunican entre sí y definen que es y que no es de impacto para ellos.

Así, podemos saber que una propuesta de NDLI, sin una comunidad que se forme a su alrededor, sin discusiones o videos de terceros, sin visitas, vistas o seguidores, no ha tenido ningún tipo de impacto en este universo. De la misma manera ocurre con una propuesta de ACDI que no sea referenciada en ningún portal, texto o medio artístico, que no tenga visitantes y que no haya sido expuesta nunca.

4. Conclusión del Análisis

A través de este análisis se han podido evidenciar múltiples herramientas que son de importancia tanto para el Universo de las NDLI como para el de las ACDI, y que han demostrado mantenerse en ambos espacios. Así mismo se han encontrado espacios vacíos en el universo de ACDI con respecto al universo de NDLI, lo que permite proponer la posibilidad de que el contexto artístico integre herramientas y estrategias de las NDLI como forma de potenciar sus procesos creativos y conexión con las audiencias.

Todas estas herramientas de interés serán descritas en la forma de un Inventario de Herramientas para propuestas en la Web, en el próximo capítulo de esta Investigación.

Capítulo 5: Inventario de Herramientas para el Desarrollo de Propuestas Interactivas en la Web

Para facilitar la búsqueda de las propuestas por parte del lector si así lo desea, se dispone la siguiente tabla a continuación:

PROPUESTA INTERACTIVA	HIPERVÍNCULOS
The Sun Vanished (2018)	https://twitter.com/TheSunVanished
Hi I'm Mary Mary (2016)	https://twitter.com/hithereiammary https://www.youtube.com/@hiimmarymary923
Petscop (2017)	https://www.youtube.com/@Petscop
Catastrophe Crow 64 (2020)	https://www.youtube.com/watch?v=irEb9TS9yEk&t=328s
Daisy Brown (2017)	https://www.youtube.com/@daisybrown6516 https://twitter.com/daisybrownreal
I'm Sophie (2020)	https://www.instagram.com/iamsophiereal/ https://www.youtube.com/@iamsophie https://twitter.com/iamsophiereal https://www.shopiamsophie.com/
Welcome Home (2022)	https://www.clownillustration.com/welcome-home https://www.welcomehomerestorationproject.net/ https://www.awayfrompryingeyes.net/
The Mandela Catalogue (2021)	https://www.youtube.com/c/MandelaCatalogue
SCP Fpundation (2007)	https://scpwiki.com/main
Text Rain (1999)	https://camilleutterback.com/projects/text-rain/
teamLab Borderless (2018)	https://www.teamlab.art/es/e/tokyo/
Agatha Appears (1997)	https://www.c3.hu/collection/agatha/
My boyfriend came back from the war (1996)	https://sites.rhizome.org/anthology/lialina.html
Jodi.org (1995)	http://wwwwwwwww.jodi.org
Murmur Study (2009)	http://northern.lights.mn/projects/baker/
We feel fine (2006)	http://www.wefeelfine.org/
11B X 1371 (2015)	https://www.youtube.com/watch?v=quyXS4a0JGQ
Omega Mart (2021)	https://www.youtube.com/@meowwolf https://meowwolf.com/visit/las-vegas https://www.omegamart.com/

1. Herramientas Conceptuales

1.1. Conceptos que Resuenen con el Público

Es importante que, si se desea conectar con públicos tanto artísticos como fuera del contexto del arte, se elijan conceptos que puedan ser pertinentes para ambos, ya sea porque los usuarios se vean reflejados en los temas tratados, porque estos son algo que les compete o porque puedan entrar en diálogo con ellos. La utilización de un concepto de este tipo, además, ayudará a mantener el interés del público si la propuesta se extiende en el tiempo o exige un mayor compromiso por parte de este.

Dentro de estos conceptos, y como resultado de esta Investigación, propongo al lector dos grupos principales: Conceptos pertinentes a la experiencia humana y Conceptos de carácter crítico. A pesar de lo anterior se podrán encontrar muy seguramente otros conceptos que resuenen con el público fuera de estos.

1.1.1. Conceptos Pertinentes a la Experiencia Humana. Este tipo de conceptos son, de forma general, de un carácter universal. Si bien es innegable que cualquier temática explorada en este campo también puede verse afectada por contextos sociales, históricos, culturales, económicos y demás, también es cierto que este tipo de conceptos facilitan que el público pueda sentirse identificado con la propuesta o al menos empatizar con ella.

Dentro de estos conceptos se encuentra lo sensible, lo emocional, lo mental, lo perceptivo y lo sensitivo. Temáticas referentes a los sentimientos humanos como el amor, la pérdida, la tristeza, la angustia, la alegría o la ira- *My boyfriend came back from the war* (1996)-; la evocación de la vivencia humana a través del cuerpo y sus cinco sentidos -*teamLab Borderless* (2018)-; la exploración de lo mental, lo psicológico, sus secuelas y enfermedades- *Daisy Brown* (2017), *Hi I'm Mary Mary* (2016)-. Todos estos son temas que pueden construir propuestas de interés para el público, especialmente si el creador elige explorarlas de una forma humana y cercana, de modo que se invite al público a acercarse de manera genuina a la propuesta, conectar con ella e involucrarse.

1.1.2. Conceptos de Carácter Crítico. A diferencia del anterior, este grupo de conceptos no se presenta de manera tan Universal. La Crítica a un sistema, persona, grupo, suceso,

Institución, etc. siempre va a ser de mayor importancia para aquellos que se encuentren afectados por estos directamente. A pesar de esto, el creador de la propuesta puede desarrollarla de una forma lo suficientemente llamativa como para que usuarios fuera de dicho contexto puedan interesarse y, si el tema es tratado de forma cercana y humana, puedan no solo comprenderlo sino, además, empatizar con quienes afecta.

El internet, debido a su globalidad y facilidad de comunicación, es un espacio idóneo para generar propuestas de carácter crítico- como lo son *Petscop* (2017), *I'm Sophie* (2020) y *Omega Mart* (2021)-. Como dice Castells en su libro *The Internet Galaxy* (2001), el cambio social en la Era de la Información gira en torno a construir redes interactivas para vencer el poder de estructuras globales. El internet contiene herramientas que pueden servir a estos movimientos para que se desarrollen y estos movimientos sociales, a su vez, transforman al Internet, haciendo que este pase de ser una herramienta de negocio y comunicación a una herramienta que impulsa la transformación social (Pg. 143).

Al momento de escribirse esta Investigación, ha comenzado a aparecer un interés más visible por parte de muchos internautas, especialmente de generaciones más jóvenes, de educarse y solidarizarse con las problemáticas de su contexto o contextos ajenos, algo que puede ser beneficioso para aquellos creadores que deseen hacer propuestas en esta dirección. Si bien la tarea de generar una propuesta con un concepto crítico puede ser compleja, es posible que otras herramientas de este inventario puedan ayudar al lector a hacerlo.

1.2. Abordaje Indirecto del Concepto

Durante el Análisis Comparativo de esta Investigación pudimos observar que, dentro del contexto del Internet, el tratamiento directo de un concepto no es el más común. Muy por el contrario, hay un interés por parte de los internautas por resolver misterios, hacer teorías y buscar pistas alrededor de los contenidos que logran captar su atención, construyendo comunidades y fortaleciéndolas mediante el trabajo en equipo

El creador puede entonces aprovechar esta disposición del público en Internet para esconder su Concepto principal, posibilitando el ambiente adecuado para que se desarrolle una comunidad de este tipo que, por medio de la creación de contenidos y discusiones sobre la propuesta, pueda atraer

a su vez a otros usuarios. Este tipo de dinámicas propician una participación continua del público, lo cual favorece la extensión de la propuesta en el tiempo permitiendo al creador abordar los temas de su interés con tranquilidad. El abordaje indirecto del Concepto permite también que este pueda ser explorado de formas más variadas, mediante el uso de metáforas, símbolos, referencias, códigos simples y demás.

Es importante que, al momento de esconder el Concepto principal de la propuesta, el creador no elija métodos que, debido a su complejidad, restrinjan el número de usuarios dentro del público que puedan resolverlos. El uso de codificaciones o cifrados elaborados limita la participación del público, haciendo que, o bien pierda interés en la propuesta, o se vea relegado a una interacción más pasiva.

En base a lo encontrado en esta Investigación, propongo algunos mecanismos de Abordaje Indirecto del Concepto que podría utilizar el lector:

1.2.1. Metáforas. Esta Figura literaria es definida por Helena Beristáin en su “*Diccionario de retórica y poética*” (1985) como una comparación abreviada, fundamentada en una relación de similitud entre el significado de varias palabras que usualmente no se asociarían. El uso de metáforas puede ser introducido en una propuesta de forma sutil en un diálogo o imagen que den pistas sobre el concepto- por ejemplo, una margarita a la que se arrancan los pétalos que remite a la tradición del ‘me quiere, no me quiere’ para hablar de una niña que no se siente amada en casa y va perdiendo su alegría en *Petscop* (2017)- o puede ser parte del planteamiento mismo de la propuesta de forma que el Concepto se esconda a simple vista -por ejemplo, el que un personaje sea un monstruo literal y luego se descubra que lo es también de forma metafórica, como es el caso de Allan en *Daisy Brown* (2017)-. El uso de metáforas puede ayudar a construir imágenes que permitan al público intuir que hay algo oculto, así como pueden ayudar a darle un estilo visual reconocible a la propuesta.

1.2.2. Símbolos. Los símbolos funcionan como imágenes que, por convención social, tienen una carga significativa particular para un contexto social específico. Como recopila Beristáin en su ya citado “*Diccionario de retórica y poética*” (1985) un símbolo o signo es todo fenómeno u objeto que representa algo, y que, al ser utilizado, permite percibir aquello que está representando, sin que esto sea mencionado, conectando una imagen directamente con un concepto, no con una palabra o nombre.

El creador puede utilizar este mecanismo para dar connotaciones a la propuesta, pistas y conexiones que permitan al público acercarse al concepto. Así, por ejemplo, el uso de simbología religiosa- como una cruz, por ejemplo- en *The Mandela Catalogue* (2021) remite al público a un conocimiento básico sobre las creencias judeocristianas en Occidente, haciendo que relacione lo ya conocido con lo que se muestra en la propuesta, de forma que el creador ya puede explorar las relaciones entre lo divino y lo monstruoso sin profundizar en el primero.

Otra forma de usar símbolos es el construirlos y desarrollarlos dentro de la propuesta misma de forma que, al ser interpretados, adquieran una carga específica que pueda traer connotaciones consigo cada que aparezcan. Este es el caso de *I'm Sophie* (2020), que comienza presentando lo que parece un simple logo de un triángulo con las letras YRP (Young, Rich, Powerful), como parte de la supuesta tienda de la propuesta. A medida que la propuesta avanza, comienza a darle connotaciones negativas al logo, ubicándolo en escenas de impacto para el público, en momentos de tensión y en imágenes de terror, lentamente convirtiéndolo en un símbolo cuya presencia causa en la audiencia una asociación con momentos anteriores de la narrativa y con un peso significativo que ya reconocen a simple vista quienes han participado en la propuesta.

1.2.3. Referencias. Utilizar referencias como forma de ocultar un Concepto es una de las maneras en que se pueden dar pistas sobre este sin dar demasiada información, de manera sutil e interesante para el público una vez este las descubre. El contenido del material original que se cita, de forma similar a los símbolos, puede traer consigo una connotación que permita conectar ciertos temas con la propuesta de forma rápida. La mejor manera de utilizar referencias es hacerlo de materiales que sean al menos algo conocidos, ya sea porque es algo que puede encontrarse con facilidad- como podría serlo un cuento popular o una película conocida-, o porque es inmediatamente reconocible- como podría ser una imagen de la cultura popular o una pintura reconocida-.

Un ejemplo de uso de referencias en las propuestas estudiadas en esta investigación es la referencia de *Petscop* (2017) al libro *Daisy-Head Mayzie* (2007), del conocido escritor de cuentos infantiles Theodor Seuss Geisel. En este libro una margarita comienza a crecer en la cabeza de la protagonista de la historia, de quien los demás comienzan a burlarse o apartarse, ante lo cual ella decide escapar. Cuando el gato ensombreado- otro conocido personaje de Seuss- la encuentra y la invita a volver a casa, esta afirma que no puede volver, porque nadie la ama allí. Este libro es referenciado de

forma constante para ayudar a definir la situación emocional tanto en casa como en la escuela de una de los personajes de la propuesta llamada Care, mediante citas del libro como “*Good grief and alas*”, el uso de margaritas en relación a Care y frases como “*nobody loves me*”.

1.2.4. Códigos simples. El creador puede decidir hacer uso de códigos de conocimiento general o códigos que el mismo desarrolle para ocultar pistas sobre el Concepto de la propuesta.

En el primer caso se pueden usar sistemas ya conocidos y cuya traducción puede realizar cualquier usuario mediante traductores automáticos o incluso de forma manual como lo podría ser el código morse, el código binario o la letra Wingdings, todos los cuales son fáciles de reconocer si se presta atención. La propuesta *I am Sophie* (2020), por ejemplo, hizo varias publicaciones en Twitter/X e Instagram que escondían pistas en código binario y morse, en las descripciones de videos e imágenes, e incluso en respuestas a preguntas de las historias de Instagram. *IIB X 1371* (2015), también uso el código morse entre los sistemas utilizados para esconder pistas, aunque hubo un mayor interés por parte de su creador por sistemas de cifrado más complejos.

En el segundo caso, el creador puede ocultar una llave maestra que contenga, por ejemplo, el abecedario normal y su equivalente en símbolos; de forma más sutil el creador puede también dar acceso al público de forma separada a un mismo texto tanto en el sistema codificado como en texto normal, de forma que el público mismo pueda crear una llave maestra y descubrir otros códigos. Este es el caso, precisamente de *Catastrophe Crow 64* (2020), en el cual el creador utiliza un código mediante el cual todas las letras del abecedario son reemplazadas por otras de forma sistemática. Este código fue nombrado como “idioma cuervo” por parte de la audiencia y estaba en todas las pantallas del supuesto juego. Para darle una llave maestra al público, Butcher ocultó en uno de los GamePlays de un canal secundario, una imagen del menú principal del juego sin codificar, de modo que se pudo conocer la metodología del código y aplicarla para descifrar el resto de pantallas que se encontraban en “idioma cuervo”.

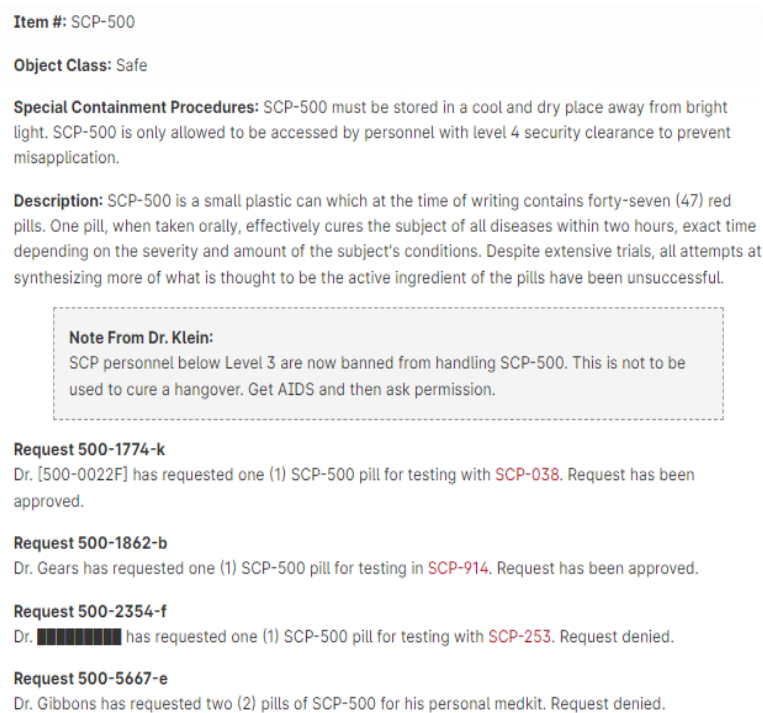
Si se desea mantener el interés del público y no reducirlo, es importante que el uso de códigos no sea demasiado especializado.

2. Herramientas Estéticas

2.1. Construcción Referencial de una Identidad Visual

La apropiación de elementos visuales como forma de construir la Identidad Visual de la propuesta es una herramienta que puede ayudar al creador a establecer los fundamentos para esta de forma rápida, aprovechando el conocimiento previo del público con respecto a un contexto.

Esta herramienta es diferente a una simple referencia en cuanto toda la propuesta gira alrededor de la apropiación de los elementos visuales elegidos por el creador, y estos son parte fundamental de como se ve la propuesta y como el público la identifica por medio de estos.



The image is a screenshot of a document page for SCP-500. It contains the following text:

Item #: SCP-500

Object Class: Safe

Special Containment Procedures: SCP-500 must be stored in a cool and dry place away from bright light. SCP-500 is only allowed to be accessed by personnel with level 4 security clearance to prevent misapplication.

Description: SCP-500 is a small plastic can which at the time of writing contains forty-seven (47) red pills. One pill, when taken orally, effectively cures the subject of all diseases within two hours, exact time depending on the severity and amount of the subject's conditions. Despite extensive trials, all attempts at synthesizing more of what is thought to be the active ingredient of the pills have been unsuccessful.

Note From Dr. Klein:
SCP personnel below Level 3 are now banned from handling SCP-500. This is not to be used to cure a hangover. Get AIDS and then ask permission.

Request 500-1774-k
Dr. [500-0022F] has requested one (1) SCP-500 pill for testing with SCP-038. Request has been approved.

Request 500-1862-b
Dr. Gears has requested one (1) SCP-500 pill for testing in SCP-914. Request has been approved.

Request 500-2354-f
Dr. [REDACTED] has requested one (1) SCP-500 pill for testing with SCP-253. Request denied.

Request 500-5667-e
Dr. Gibbons has requested two (2) pills of SCP-500 for his personal medkit. Request denied.

*Figura 68. (junio 2024). SCP Foundation apropia una estructura visual de archivo científico/militar como parte de su identidad visual.
Nota: Captura de Pantalla tomada del sitio web.*

Así, se pueden tomar estructuras visuales- la organización de un archivo científico, el formato de una serie educativa de los 80 o la distribución de un boletín informativo (Ver Figura 68)-, características reconocibles- la paleta de colores clásica de shows infantiles, la música de un videojuego de la N64, los gadgets más comunes en un blog personal de los 2000 (Ver Figura 69)-

, e incluso contenidos ya existentes- una animación Bíblica, un comercial televisivo o fotografías de personas reales- y transformarlos o aprovecharlos para desarrollar la propuesta.



Figura 69. (junio 2024) *Welcome Home* referencia la paleta de colores de series infantiles de la época, favoreciendo colores primarios y secundarios.
Nota: Captura de Pantalla tomada del sitio web, extracción de paleta de colores por la autora.

De forma similar a un símbolo, cierto tipo de elementos visuales cargan consigo ya con un contexto que el público tomara en cuenta al participar y dialogar con la propuesta. Por ejemplo, si el creador crea una página web que apropie la estructura de un archivo médico, así como imágenes y colores característicos de este contexto, el público no deberá tener un apartado que explique en detalle esto, sino que lo identificara de forma visual, a su vez, estos elementos visuales ya harán parte de como se ve la propuesta y como la reconoce un internauta inmediatamente si es referenciada en una publicación. Esto se puede ver en varias de las Unidades de Análisis estudiadas en este Investigación, como lo podrían ser *SCP Foundation* (2007), *Jodi.org* (1995), *Welcome Home* (2022) y *I'm Sophie* (2020).

2.2. Construcción Propia de una Identidad Visual

El creador puede decidir desarrollar una Identidad Visual sin hacer referencia a absolutamente ningún contexto.

Para esto, es importante que se tenga en cuenta el mantener una constancia de elementos visuales que permitan reconocer la propuesta con facilidad, mediante sus colores, diseños, medios, imágenes y demás, es decir, que tenga un *estilo* claro. Esto favorecerá que, al ser compartida por el público, pueda ser fácil de identificar y no se pierda u olvide en medio de otras propuestas con una Identidad Visual más fuerte. Un ejemplo de esto es *My boyfriend came back from the war* (1996), que se reconoce con facilidad debido a su estilo visual constante y característico: una paleta de colores a blanco y negro, el uso de fotografías con alto contraste como medio visual recurrente, una fuente de letra específica, la forma en que se encuentra redactado el texto, etc. (Ver Figura 70).

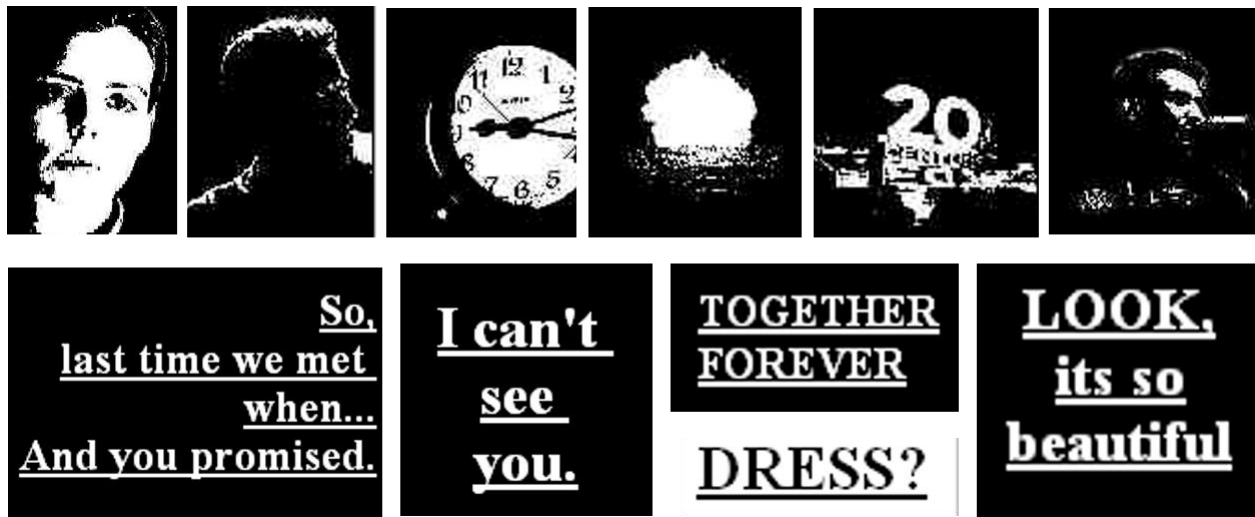


Figura 70. (junio 2024) La constancia de elementos visuales en *My boyfriend came back from the war* le da una identidad propia. Nota: Capturas de Pantallas tomadas del sitio web.

La construcción visual de la propuesta también debe ir dentro de la lógica de lo que esta busca generar en su público. En la próxima herramienta puede haber algunos mecanismos que puedan ayudar al lector a comenzar a buscar algunos elementos visuales para su propuesta.

2.3. *Uso de Estéticas Visuales*

Es importante que, a la hora de desarrollar su propuesta, el creador tome en cuenta el cómo esta va a ser vista y reconocida por parte del público y que no lo deje como un producto secundario de todo su proceso creativo. La elección consciente de una estética Visual particular puede atraer la atención del público, ayudar a darle identidad a la propuesta, diferenciarla de otras y dar pistas sobre los conceptos que trabaja.

A continuación, y en base a la Investigación realizada, propongo al lector tres tipos de estéticas básicas, así como sus características fundamentales, temáticas comunes y medios preferidos, ordenándolas según la frecuencia de su uso. Hay por supuesto estéticas más específicas que estas-tema que ha tomado fuerza en el Internet al momento de escrito esta Investigación-, pero aquí ofrezco ciertos elementos sencillos y primarios que podrían ayudar a elegir una dirección general al lector.

2.3.1. Estética Fantástica. Su paleta tiende hacia colores vivos y luminosos, que generan en el público sensaciones de asombro, armonía, magia e incluso nostalgia, es decir, generalmente positivos. Esta estética puede ser utilizada por el creador para generar este tipo de sentimientos en su público, pero también puede funcionar para generar contrastes y disonancias con cierto tipo de temáticas, como es el caso de *Welcome Home* (2022), por ejemplo, que aprovecha una estética colorida para generar contraste con sus imágenes y conceptos más oscuros. Algunos tipos de contenidos que se repiten en propuestas que usan esta estética son la ilustración, el modelado de objetos 3D, la animación, la manualidad, el uso de gráficos y el collage, generalmente creando imágenes oníricas, ficcionales o fantásticas. Un ejemplo de este tipo de estética dentro de las propuestas analizadas en esta investigación es *Omega Mart* (2021), que usa colores vivos, elementos surrealistas y espacios oníricos (Ver Figura 71).

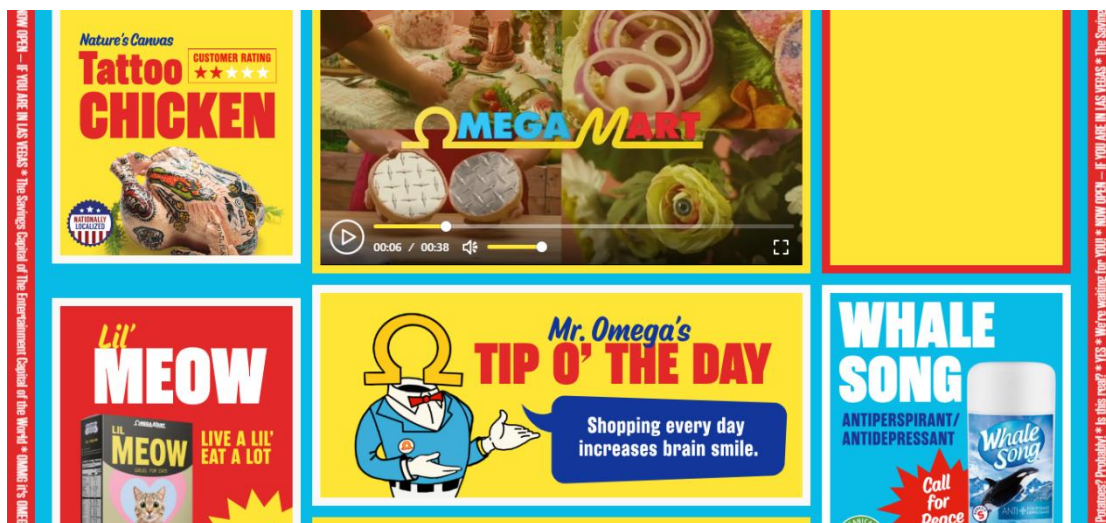


Figura 71. (junio 2024) Estética fantástica en Omega Mart mediante colores vibrantes y elementos surrealistas.
Nota: Captura de Pantalla del Sitio Web.

2.3.2. Estética Realista. Con una paleta de colores más neutrales, este tipo de estética busca aproximarse lo más posible a como percibimos la realidad dentro de la vida cotidiana. Esta

es una Estética usualmente utilizada por aquellas propuestas que buscan convencer a su público de cierto grado de veracidad, así como facilitar el proceso de suspensión de la realidad²³. Si bien las propuestas que utilizan esta Estética pueden tomar elementos surreales o imposibles, estos generalmente son presentados como algo realista. El tipo de contenidos más comunes en propuestas que utilizan esta estética son la fotografía, el video y la edición de imágenes, con una dominancia del uso de personas reales para estos. *Hi I'm Mary Mary* (2016) es una propuesta que utiliza esta estética ya que, aunque tiene elementos claramente ficticios- como lo son, por ejemplo, las criaturas que atormentan a la protagonista- estos se integran de forma creíble con el espacio real de los videos (Ver Figura 72).

2.3.3. Estética Oscura. Tiende a utilizar una paleta de colores reducida, con poca saturación o, directamente, a blanco y negro. Estos colores están generalmente asociados a la oscuridad, la melancolía, la memoria, el vacío, el silencio, lo desconocido y lo horrible. Las propuestas que utilizan esta Estética parecen tener una predilección por el uso de fotografías, animaciones realistas, grabaciones de personas y el uso de distorsiones espaciales, sonoras o



Figura 72. (junio 2024). Estética realista en *Hi I'm Mary Mary* mediante el uso de edición de video para integrar sus elementos de forma realista.

Nota: Captura de Pantalla de YouTube.

²³ Proceso mediante el cual el público de una historia se involucra con los hechos descritos en esta como si estuvieran sucediendo, aunque sea consciente de que son ficticios.

visuales. La propuesta de *The Mandela Catalogue* (2021) hace uso de esta estética, usando colores poco saturados, poca iluminación, elementos de distorsión y la estructura de videos de *Found*



Figura 73. Estética oscura en The Mandela Catalogue mediante paleta de colores oscura, elementos de distorsión y baja iluminación.

Nota: Captura de Pantalla tomada de YouTube.

Footage y videos de instructivos para generar una atmosfera y darle un estilo reconocible.

3. Herramientas Formales

3.1. Uso de Redes Sociales como Espacio Formal

En el transcurso de esta Investigación se encontró que, dentro del contexto del Arte Contemporáneo, Digital y en Internet hay un vacío en el uso de las Redes Sociales como espacio para desarrollar propuestas. Con el propósito de facilitar el uso de esta herramienta, es importante entonces que el creador tenga los Materiales para identificar qué posibilidades puede tener una Red Social, así como cuál es la que podría servir de mejor manera a la propuesta que desea desarrollar. Este Inventario ofrecerá algunas características de varias Redes Sociales actuales, así como consejos sobre cómo buscar estas características en otras Redes Sociales de forma que, si las mencionadas en esta Investigación terminan por ser reemplazadas, volverse obsoletas o desaparecer, el lector aun pueda hacer uso de esta Herramienta.

3.1.1. Características de Algunas Redes Sociales Actuales. En este apartado se tomarán las Redes Sociales más repetidamente encontradas en el estudio de las Unidades de Análisis, así como sus principales características.

- YouTube [<https://www.youtube.com/>]: Una de las más repetidas en esta Investigación, la plataforma tiene un enfoque principal en el contenido audiovisual, ya sea en la forma de videos largos o cortos. Debido a la posibilidad de reproducir el video en distintas velocidades y verlo cuadro por cuadro- con las teclas “,” y “.-”, el uso de imágenes, códigos y demás en un par de cuadros del video ha sido usado por varios creadores para esconder pistas, así como el titulo y descripción del video en sí (Ver Figura 74).



Figura 74. (junio 2024). Herramientas de YouTube 1.

Nota: Captura de Pantalla de YouTube, elementos en rojo por parte de la autora.

Otra herramienta que ofrece esta plataforma es la de subtítulos y pistas de audio, los cuales están originalmente diseñados para dar accesibilidad a los videos y permitir que sean traducidos a otros idiomas, pero que también pueden ser espacios para que el creador oculte pistas, acertijos y demás (Ver Figura 75), como es el caso del uso de subtítulos en *Daisy Brown* (2017). Un video puede ser, además, utilizado como una publicidad paga, de forma que aparezca como un anuncio publicitario a otros usuarios en los videos que disfrutan, lo que puede ayudar a atraer a un público o causar una reacción por parte de los internautas de la Web como es el caso de *I am Sophie* (2020).

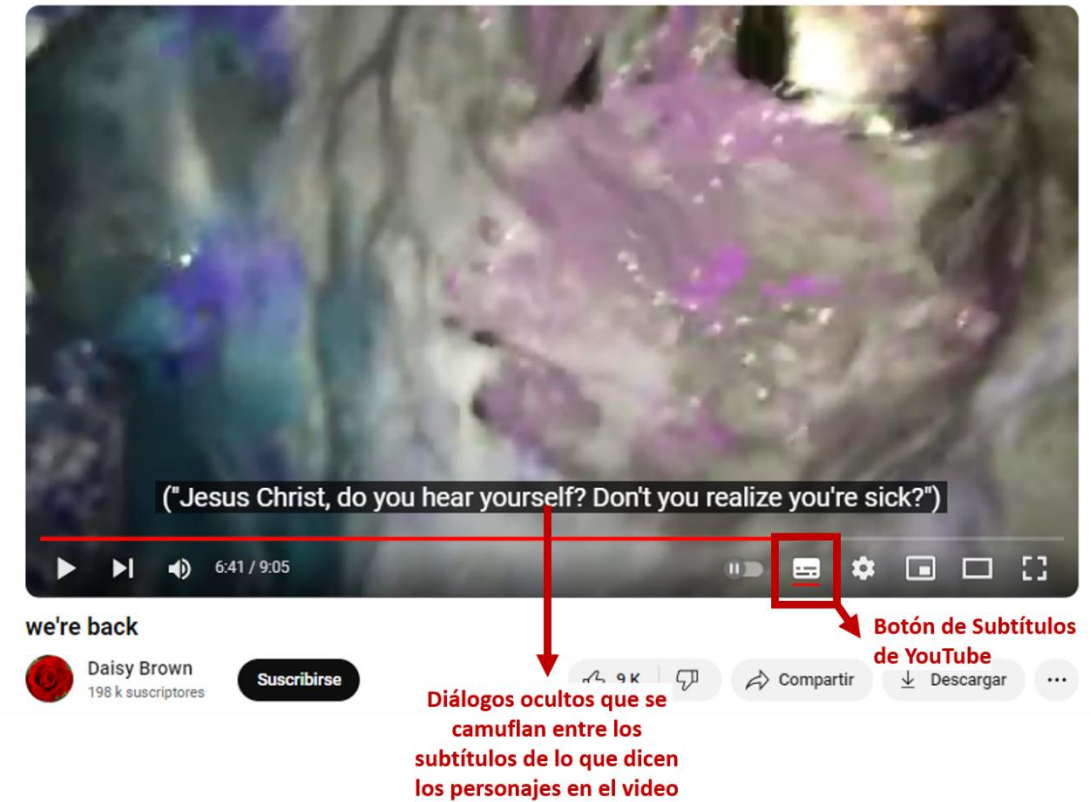


Figura 75. (junio 2024). Herramientas de YouTube 2.

Nota: Captura de pantalla tomada de YouTube, elementos en rojo por parte de la autora.

De la misma forma que otras plataformas, YouTube permite a los usuarios interactuar con el video mediante el sistema de “me gusta” y “no me gusta”, así como dejar comentarios y responder

a estos. La sección de comentarios también puede ser bloqueada, lo que ha sido usado por propuestas como *Hi I'm Mary Mary* (2016) como herramienta narrativa (Ver Figura 76).

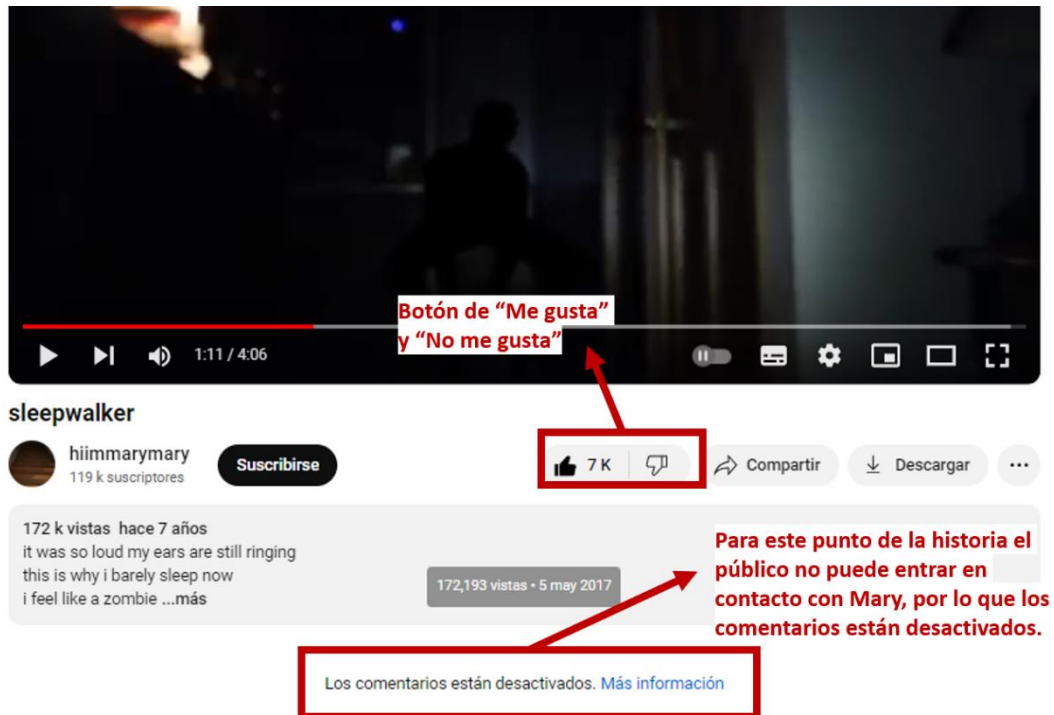


Figura 76. (junio 2024) Herramientas de YouTube 3.

Nota: Captura tomada de YouTube, elementos en rojo por parte de la autora.

Algunos formatos de video encontrados en YouTube durante esta Investigación fueron: el Videoblog, el *GamePlay*, la Serie de tipo televisivo y el *Found Footage*. El tipo de contenido de esta plataforma tiende a ser de un carácter pensado, con un proceso de selección, producción y edición detrás.

- Twitter/X [x.com]: Esta Red Social se caracteriza por la priorización del texto corto como su contenido principal, texto que puede estar acompañado de imágenes o videos cortos. El uso de etiquetas es de particular importancia en esta plataforma si el creador quiere involucrarse en tendencias y llegar a más internautas.

Las publicaciones de esta plataforma tienden a ser de un carácter más inmediato, con particular énfasis en pensamientos, opiniones y comentarios que puedan ser resumidos en pocas palabras, lo que genera un espacio de actualidad y conversación entre sus usuarios. Las propuestas que hacen uso de Twitter/X aprovechan estas características para generar una sensación de cercanía

por parte del público, darles realismo a los personajes de sus propuestas y generar una interacción más íntima con los internautas que participan en esta. A su vez, la naturaleza de esta Red Social hace de vital importancia que se publique de forma constante, a no ser que, como es el caso de *The Sun Vanished* (2018), esta ausencia sea usada como elemento narrativo (Ver Figura 77).



Figura 77. (junio 2024). Herramientas de Twitter/X 1.
Nota: Captura tomada de Twitter/X, elementos en rojo por parte de la autora.

Esta plataforma permite el uso de hilos para conectar múltiples publicaciones, de forma que, a pesar del límite de caracteres, se puedan hacer conversaciones de mayor amplitud sin que estas sean recortadas o queden en desorden. A su vez, otros usuarios pueden responder, repostear y compartir una publicación, y el creador puede ver cuantas personas la han visto. Esta plataforma también permite realizar encuestas (Ver Figura 78).

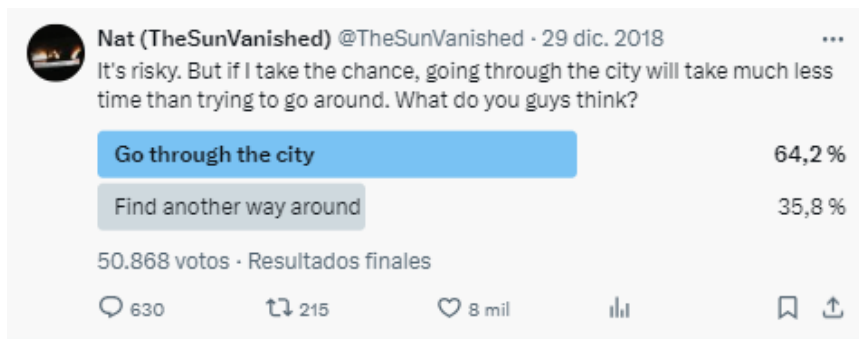


Figura 78. (junio 2024). Herramientas de Twitter/X 2.
Nota: Captura tomada de Twitter/X.

- Instagram [<https://www.instagram.com/>]: Siendo una plataforma con un énfasis en lo visual, Instagram favorece la publicación de imágenes, en las cuales la descripción es un añadido más que algo principal a su contenido, igualmente permite la publicación de videos cortos llamados reels. El material compartido por esta página generalmente es elegido de forma cuidadosa, no dejado a la espontaneidad sino seleccionado y editado. El uso de etiquetas es de vital importancia para que las publicaciones lleguen a un público objetivo (Ver Figura 79).

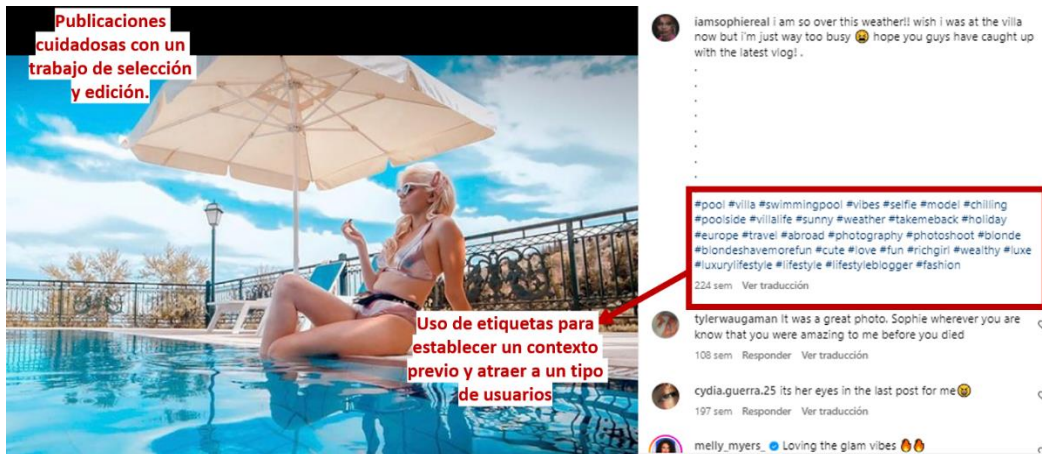


Figura 79. (junio 2024). Herramientas de Instagram 1.
 Nota: Captura de Pantalla tomada de Instagram, elementos en rojo por parte de la autora

Todo esto se puede subvertir con fines narrativos, como lo hace *I am Sophie* (2020) una vez rompe con el ritmo establecido y comienza a desarrollarse (Ver Figura 80).

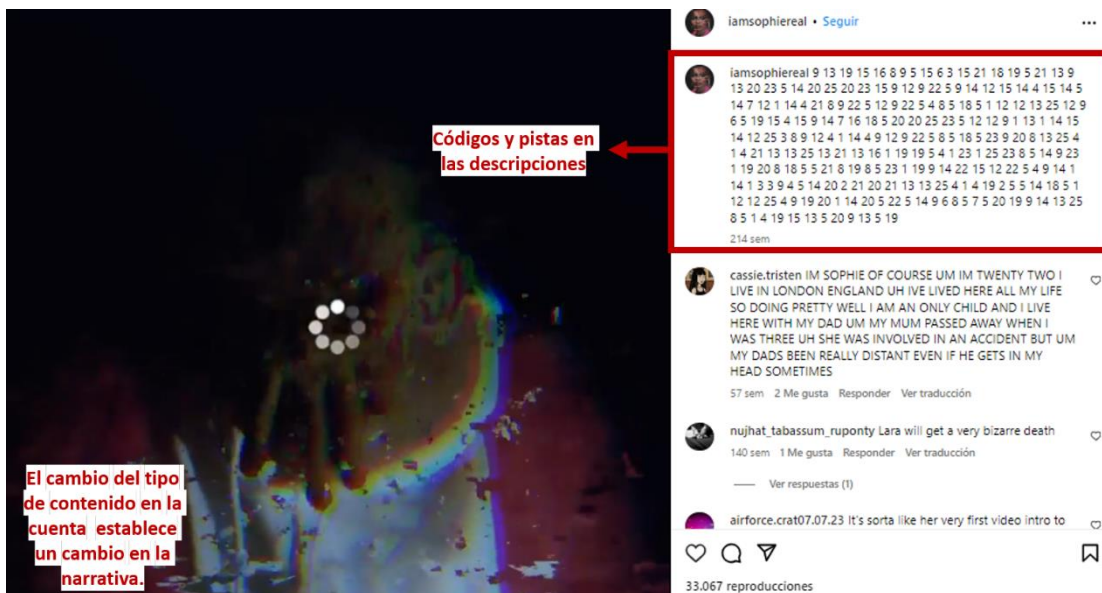


Figura 80. (junio 2024). Herramientas de Instagram 2.
 Nota: Captura de Pantalla tomada de Instagram, elementos en rojo por la autora.

Una de las herramientas más importantes en Instagram es el uso de las historias, las cuales son eliminadas una vez pasadas 24 horas de su publicación, a no ser que el dueño de la cuenta las añada a una historia destacada. Estas tienen elementos interactivos como encuestas, preguntas, cuentas regresivas y demás, así como elementos visuales como GIFs, plantillas y efectos (Ver Figura 81). propuestas como *I am Sophie* (2020) hacen uso de todos estos elementos para generar diálogo con su público, además de ofrecer pistas efímeras.

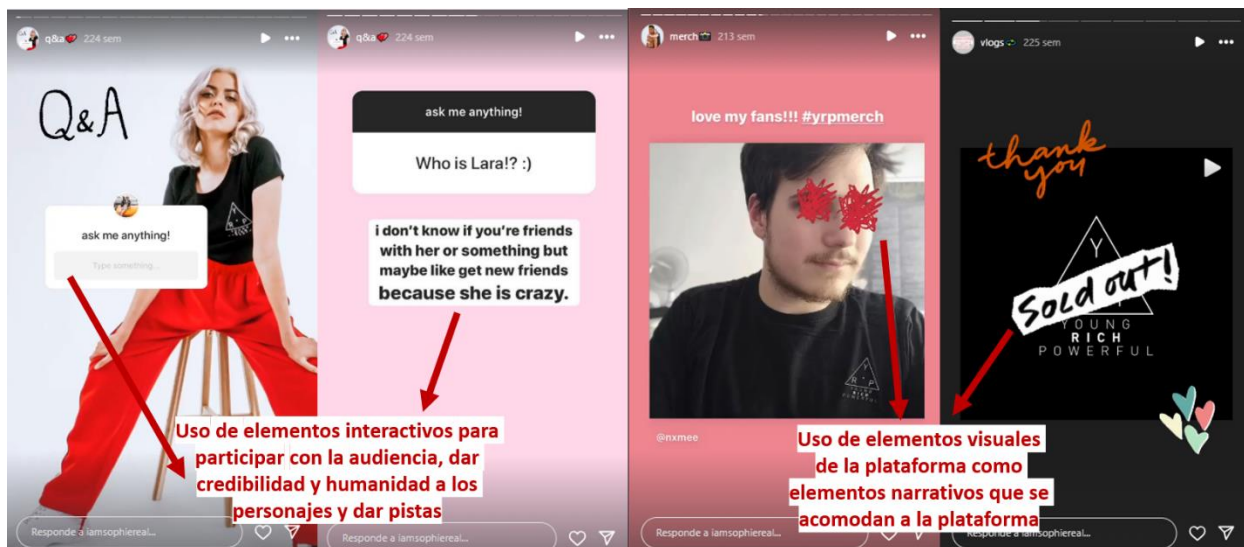


Figura 81. (junio 2024). Herramientas de Instagram 3.

Nota: Captura de Pantalla tomada de Instagram, elementos en rojo por parte de la autora.

3.1.2. Características de Redes Sociales Diferentes. En este apartado intentaré ofrecer algunos pasos básicos para que un creador pueda analizar las características de una Red Social que beneficie el desarrollo de su propuesta, ya sea porque las redes mencionadas anteriormente no son de su interés, o porque estas han quedado ya obsoletas para el momento en el que el lector lee esta Investigación. A continuación, ofrezco entonces algunos aspectos que puede considerar el creador al seleccionar una Red Social para desarrollar su propuesta.

- **Reconocimiento del Tipo de Contenido:** El primer paso para seleccionar una Red Social es que el creador analice que medio es el que favorece, es decir, si la plataforma se enfoca en el contenido visual o escrito; si se enfoca en videos, en imágenes, en texto, en chats o en varios a la vez. Una vez identificado esto también es importante saber cómo usan la plataforma los usuarios, si los contenidos que publican son espontáneos o cuidadosos, con gran énfasis en la edición o de carácter impulsivo y como podría insertarse la propuesta en estos espacios, de manera visual.

- **Dinámicas de interacción:** El segundo aspecto que debe considerar un creador al buscar una Red Social que permita el desarrollo de su propuesta, es que tipo de dinámicas ocurren entre los usuarios y como se comunican estos entre ellos. Algunas Redes Sociales pueden limitar la comunicación de los usuarios con la propuesta, ya sea porque limitan el acceso a esta- como podría ser WhatsApp- o porque la comunicación no es su principal interés- como es el caso de Pinterest-, algo que se tendrá que tomar en cuenta. Por otra parte, ciertas Redes Sociales tienen un mayor alcance en cuanto a posibles usuarios activos, mientras que otras, a pesar de ser menos transitadas, tienen una mayor disposición de herramientas interactivas. En base a esto, el creador puede seleccionar si utilizará únicamente una Red Social o varias.
- **Herramientas Interactivas:** Es importante que el creador no solo conozca las funciones básicas de la plataforma, como podrían ser el “me gusta” o los comentarios, sino que explore verdaderamente todas las posibilidades que esta ofrece, así como cuales son las más usadas por los usuarios. El uso de encuestas, preguntas, etiquetas y demás, podrán ayudar a que el público de la propuesta pueda participar activamente de esta. Le recomiendo entonces al lector que, una vez seleccionadas una o varias plataformas, se sumerja en ellas si no lo ha hecho anteriormente, involucrándose de forma activa con otros usuarios antes de comenzar la propuesta ya que, en lo largo de esta Investigación, se encontró que el uso de estos espacios ocurre de mejor manera si el creador está al tanto de cómo funcionan estas a fondo.

3.2. Uso de Páginas Web como Espacio Formal

Durante la presente Investigación, se hizo evidente que el uso de Páginas Web es pertinente no solo para el público del arte sino también para otros públicos. También se logró encontrar que, a pesar de la diferencia temporal de las Unidades de Análisis, este espacio se ha mantenido como uno que interesa a los usuarios de la web hasta la actualidad. Si bien la creación de un sitio web puede ser algo complejo, hoy en día hay múltiples portales, tanto gratuitos como de pago, que facilitan esta tarea.

El uso del Hipertexto²⁴ ha aparecido también en casi todas las Unidades de Análisis que usan Páginas Web estudiadas en esta Investigación. Esta estructuración permitirá que la Página Web

²⁴ “Texto concebido en fragmentos y vínculos que le permiten al lector una navegación no lineal y por lo tanto interactiva” (Ortiz, R.R., 2000). En Internet suele utilizar hipervínculos para conectar sus fragmentos.

pueda ser explorada de forma interactiva e interesante para el público, además de servir como elemento narrativo y de navegación. En base a lo encontrado durante esta Investigación, ofrezco al lector tres formas muy básicas de usar Hipervínculos en Páginas Web para crear propuestas que integren el Hipertexto.

3.2.1. Hipervínculos Visibles y Organizados. Esta primera manera es tal vez la más sencilla. El hipervínculo es fácil de identificar como tal-generalmente siendo de un color distinto, estando en negrita o siendo subrayado-, ya que su propósito es facilitar la navegación del Sitio Web por parte del usuario.

The image shows a screenshot of the SCP Foundation website. On the left is a sidebar with various navigation links. The main content area is titled 'SCP Series' and contains a 'Content Archives' section with a list of SCP entries. A red arrow points to the entry 'SCP-009 - Red Ice'. A text box on the right explains that the audience can identify the link easily.

Getting Started
Guide for Newcomers
Join the Site
Contribute | FAQ
Universe Hub

Main | Forum
SCP by Series
I | II | III | IV | V
VI | VII | VIII | IX
Other SCP
Explained | Joke
International
Feed
New Pages
Shortest | Top Rated
Recent Changes
New Forum Posts
Stories
Tales Hub | Series
Groups of Interest
GoI Formats
Canon Hub
Discovery

SCP Series

Content Archives

- Foundation Universe Hub - For information on Sites, Mobile Task Forces, Departments, and more.
- Audio Adaptations - Links to audio read-outs of various articles on the site.
- SCP Series 1 - Tales Edition** - Tales associated with SCPs of this Series.

001 to 099

- SCP-001 - Awaiting De-classification [Blocked]
- SCP-002 - The "Living" Room
- SCP-003 - Biological Motherboard
- SCP-004 - The 12 Rusty Keys and the Door
- SCP-005 - Skeleton Key
- SCP-006 - Fountain of Youth
- SCP-007 - Abdominal Planet
- SCP-008 - Zombie Plague
- SCP-009 - Red Ice**
- SCP-010 - Collars of Control
- SCP-011 - Sentient Civil War Memorial Statue
- SCP-012 - A Bad Composition

Table of Contents
Content Archives
001 to 099
100 to 199
200 to 299
300 to 399
400 to 499
500 to 599
600 to 699
700 to 799
800 to 899
900 to 999

La audiencia puede identificar con facilidad donde hay un hipervínculo, además de saber cual es la función general de cada uno. No hay un intento de camuflar u ocultar estos accesos, sino de mantener una estructura de archivo.

Figura 82. (junio 2024). Uso de Hipervínculos visibles y organizados en SCP Foundation.
Nota: Captura de pantalla del sitio web, elementos en rojo por parte de la autora.

Este es el caso, por ejemplo, de *SCP Foundation* (2007), propuesta que, debido a la extensión de sus entradas, tiene no solo una organización jerárquica para explorarlas, sino formas de navegación que pueden divertir al usuario, como la selección aleatoria de una entrada para ser leída. En el caso de esta propuesta particular, la presentación de los hipervínculos de esta manera también tiene un elemento narrativo ya que es parte de una estructura que da fuerza a la idea de ser un archivo, así como de su practicidad (Ver Figura 82), lo que iría en la lógica de su historia.

3.2.2. Hipervínculos Lineales. Este tipo de hipervínculos no son tan visibles como los anteriores, sino que pueden estar en imágenes o texto que no se vea como un hipervínculo común. Estos son utilizados para permitir al usuario navegar a través de una Página Web, pero siguiendo un camino delimitado, de forma casi lineal. Este tipo de hipervínculos no están pensados como una forma de navegar una gran cantidad de contenido, sino que ofrecen un recorrido virtual al usuario, controlado por este. Este es el caso de propuestas como *My boyfriend came back from the war* (1996) o *Agatha Appears* (1997), los cuales simulan el transcurrir de unos hechos o el desplazamiento de un personaje que dependen del público, usando el hipervínculo como herramienta completamente narrativa.

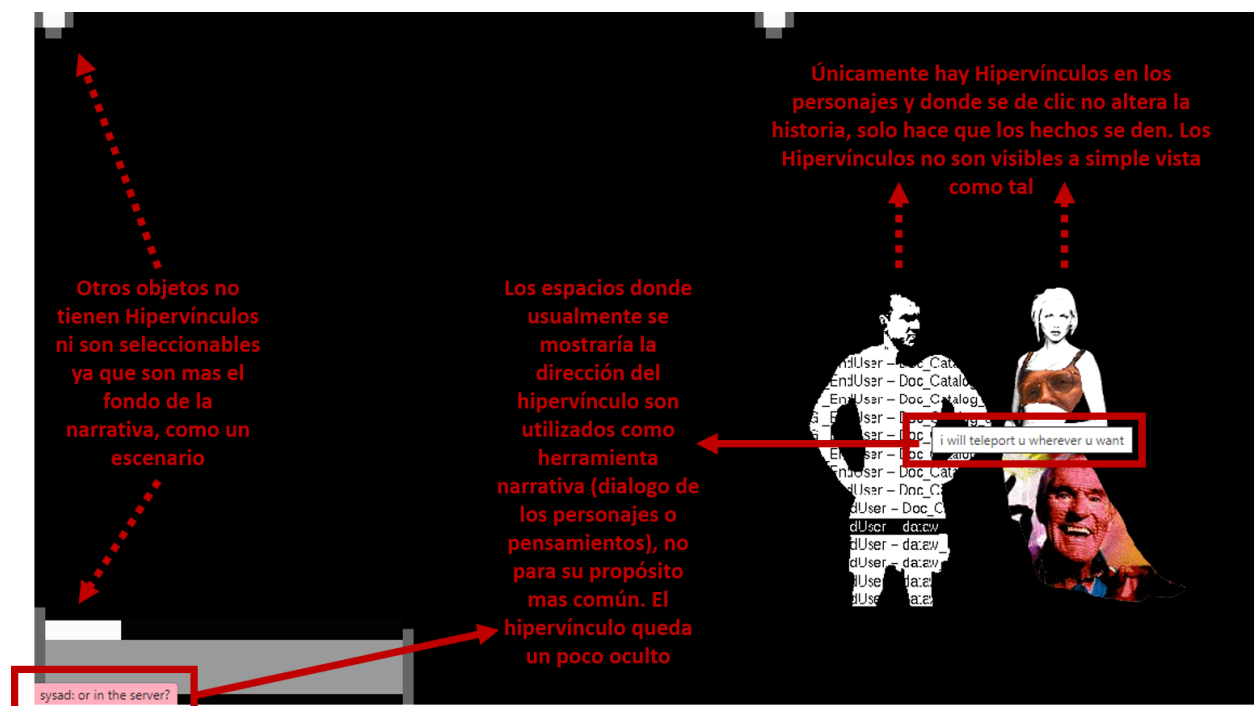


Figura 83. (junio 2024). Uso de Hipervínculos lineales en *Agatha Appears*.
Nota: Captura de Pantalla del sitio web, elementos en rojo por parte de la autora.

3.2.3. Hipervínculos Ocultos. Este tipo de hipervínculos están diseñados como puertas ocultas que el usuario debe encontrar si desea poder explorar la totalidad de la página web y sus contenidos. A diferencia de los anteriores, estos hipervínculos son ocultados a propósito por parte del creador ya sea en elementos de la página que pueden ser seleccionados- como imágenes aparentemente decorativas, textos camuflados como normales, figuras que se pierden con el fondo o incluso letras específicas- o llegando hasta a separar la URL misma y obligando al público a

buscarla, organizarla y seguirla (Ver Figura 84); ambos casos se ven en propuestas como *Jodi.org* (1995) o *Welcome Home* (2022). Esta forma de utilizar hipervínculos no sirve lo que se podría considerar un propósito práctico, sino que puede funcionar como un elemento narrativo o como una forma de propiciar la participación del público de manera lúdica.

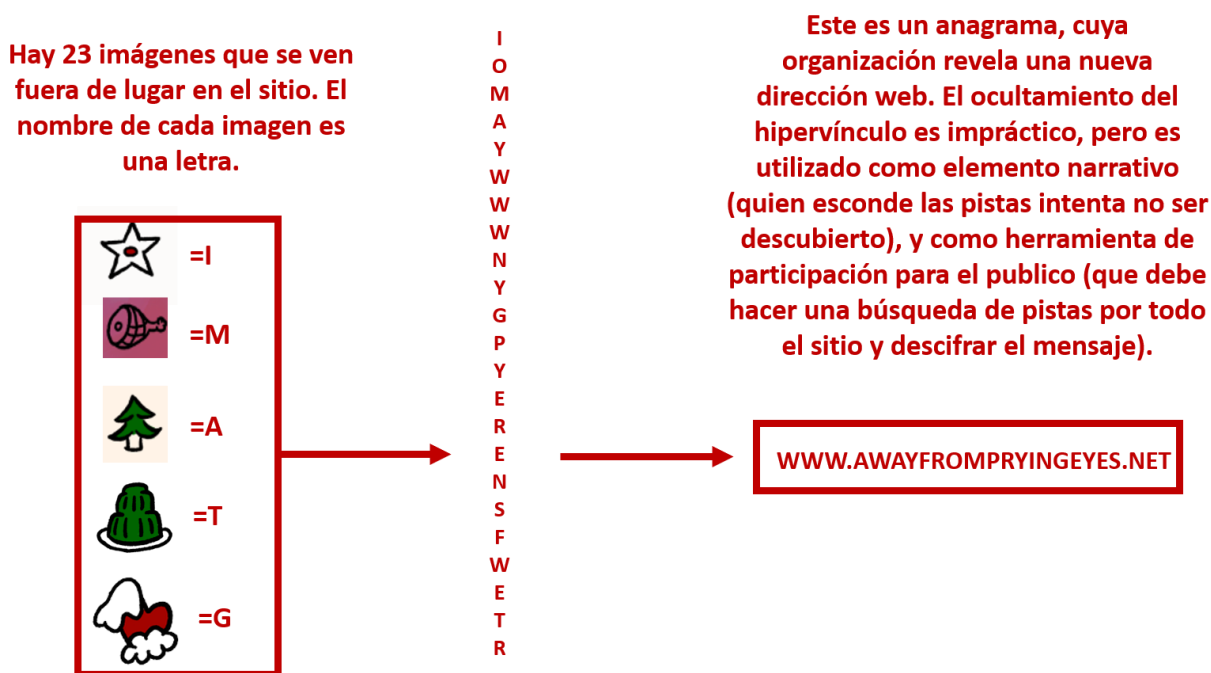


Figura 84. (junio 2024). Uso de Hipervínculos Ocultos en *Welcome Home*.

Nota: Capturas de pantalla tomadas del sitio web, elementos en rojo por parte de la autora.

3.3. Uso del Formato Serial o Sucesivo

Durante el desarrollo de esta investigación se encontró que ninguna de las Unidades de Análisis estudiadas, que pertenecían al contexto Artístico, utilizaba un Formato Serial. Este vacío contrasta no solo con la presencia de este en propuestas del Internet, sino en que este es utilizado aun por otras propuestas de este espacio cuyo elemento principal de navegación es otro. Este tipo de formato puede ayudar al creador a desarrollar su propuesta de forma paulatina y extenderla en el tiempo, lo que facilita su proceso de creación y puede ayudar a construir una comunidad a su alrededor.

El Formato Serial o Sucesivo se refiere a la construcción de la propuesta de forma casi que episódica, es decir, que el creador publique una parte cada cierto tiempo, de forma que el público pueda centrarse en esta, resolver sus pistas, interpretar su significado y conectar puntos entre dicha parte y la anterior. Si se realiza de forma adecuada, esta forma de desarrollar una propuesta puede

generar interés en el público, de manera que este se involucre con esta ya no solo de forma individual, sino colectiva, trabajando en equipo y construyendo comunidades en el espacio entre una parte de la propuesta y la siguiente. Este trabajo en comunidad por parte del público puede a su vez atraer a nuevos usuarios que podrán participar en la próxima actualización de la propuesta, algo que no sucede en aquellas que son publicadas de forma completa desde el inicio.

Otra ventaja de este tipo de formato es la libertad que da al creador, quien puede enfocarse en una parte a la vez de su propuesta sin tener que renunciar a amasar un público, financiar sus ideas y publicitarlas. La implementación de este tipo de formato se puede dar por medio de la publicación de nuevo contenido- como en *The Mandela Catalogue* (2021) y *Petscop* (2017)- o la actualización y alteración del contenido ya existente- como el sitio web de *Welcome Home* (2022)-.

Petscop



Petscop
406 k suscriptores

Suscribirse

86 k

3,200,836 vistas 12 mar 2017

Petscop 24



Petscop
406 k suscriptores

Suscribirse

23 k

1,192,589 vistas 1 sept 2019

Con un total de 24 capítulos, *Petscop* se desarrollo en el transcurso de dos años, permitiendo al autor crear parte de la propuesta sobre la marcha. En este caso, cada actualización era representada por un video nuevo, de forma similar a una serie televisiva.

Figura 85. (junio 2024). Uso de formato serial en *Petscop*.

Nota: Captura de pantalla tomada de YouTube, elementos en rojo por parte de la autora.

3.4. Vehículo de Conexión entre Propuesta y Público

De la misma forma que con las Estéticas Visuales, esta Investigación encontró una importancia en pensar con antelación cual va a ser el Vehículo de la propuesta, es decir, a través de quien la va a percibir el público. En la Investigación se encontró que una gran parte de las Unidades de Análisis pertenecientes al campo artístico no contemplan esto en absoluto, algo que no se ve reflejado en las Unidades del otro Universo. Establecer un Vehículo de Conexión entre propuesta y público puede ser fundamental para el desarrollo de propuestas en Internet si se desea llamar la atención de los usuarios y fomentar que se involucren de manera activa.

Tal vez la forma más sencilla para generar un Vehículo de Conexión de este tipo, es el desarrollo de Personajes Ficticios. Utilizado tanto dentro del espacio de las Artes Visuales como fuera de estas, esta Investigación ha encontrado que esta estrategia puede ser pertinente para que los

usuarios en la Red se conecten a una propuesta, aprovechando la naturaleza social humana que permite que simpaticemos con otros que vemos como iguales- así no sean reales- y generando narrativas que cuenten historias que puedan interesarle a un Público, ya sean de estructuras más tradicionales- con inicio, problemática y desenlace- o completamente abiertas- que cuenten algo sin seguir estructuras literarias comunes-.

El creador puede acercarse a esta estrategia de formas distintas, ya sea creando todo un elenco de personajes ficticios cuyas interacciones complejas vayan construyendo la propuesta- como en *The Sun Vanished* (2018)-, desarrollar un grupo de personajes, pero teniendo a un protagonista específico seleccionado- como en *Hi I'm Mary Mary* (2016)- o crear un único personaje principal que guie toda la propuesta por sí mismo.

Si el creador decide no inventar personajes para su propuesta, es importante que aun así tome en consideración cual será el Vehículo de Conexión con el público que usará y que no lo deje como un apartado secundario. Esto puede realizarse haciendo del público mismo el enfoque principal de la propuesta, como ocurre en *Text Rain* (1999), por ejemplo.

3.5. Utilización del Tiempo como Material para una Propuesta

De la misma manera que con otras herramientas mencionadas en este Inventario, esta Investigación ha encontrado que, en el contexto de las Artes Plásticas, parece haber un vacío en el uso del tiempo de forma consciente por parte de los creadores, de los cuales casi la mitad lo dejan relegado a un segundo plano. Es mi recomendación al lector que se plantee si va a hacer uso del tiempo dentro del desarrollo de su propuesta y si aprovechar esta herramienta intangible podría ser beneficioso para esta. Con fundamento en los hallazgos encontrados en el Análisis Comparativo, ofrezco dos maneras de usar el tiempo dentro de una propuesta en Internet que se encontró pueden ser efectivas.

3.5.1. Tiempo Real o Simultáneo. Siendo el más utilizado por las Unidades de Análisis estudiadas en esta Investigación, este permite que el público este más inmerso en la propuesta, ya que esta ocurre en el mismo marco temporal suyo. El uso de este tipo de Tiempo es particularmente efectivo acompañado del uso de Redes Sociales, ya que tanto la propuesta como la interacción del público se desarrolla se desarrollan de forma lo suficientemente sincronizada como para que haya una sensación de que la historia ocurre en vivo para la audiencia. Esto puede ser potenciado mediante la creación de una personalidad virtual, es decir, mediante el uso de personajes ficticios

hacer que estos se sientan como otro usuario de la web, de forma que el público se sienta interesado y pueda empatizar con lo que ocurre en la narrativa.

En la creación de narrativas, el uso de este tiempo funciona como una partitura musical, en la que, tanto notas como silencios se unen para dar ritmo y sentido a la pieza, así mismo la publicación o no de contenido se usa como elemento narrativo que puede ser leído por los usuarios.

3.5.2. Tiempo Propio de la Propuesta. Utilizado en igual medida dentro de ambos Universos de estudio, este uso del tiempo demostró ser pertinente para el público dentro y fuera del arte. Siguiendo las características del Tiempo como lo vivimos en la vida real- que fluye en una sola dirección, por ejemplo- el creador puede establecer un ritmo temporal específico a su propuesta, presentándola de forma no cronológica o jugando con como la debe organizar el público. Esta forma de usar el tiempo no refleja el tiempo real del público, pero genera una dinámica interesante para que este analice, como es el caso de *My boyfriend came back from the war* (1996)- donde cada click del público es el que hace que la conversación avance, en el orden en que cada usuario decida guiarla-, *Agatha Appears* (1997)- en la que el recorrido de Agatha es posible gracias a la interacción del usuario, que puede decidir qué tan rápido “viaja” el personaje así como la velocidad con la que transcurren las interacciones y conversaciones- o *Petscop* (2017)- en dónde se establece una línea del tiempo confusa que debe ser organizada e interpretada por el público para comprender la narrativa-.

3.6. Medios de Financiación por parte del Público.

Si bien hay múltiples formas de buscar una Financiación para una propuesta Interactiva, tal vez la que más podría ser aprovechada dentro del contexto de la Web es la Financiación por parte del público mismo, razón por la cual será la herramienta que profundice este Inventario.

Durante el Marco Teórico de esta Investigación se pudo ver que una de las razones por las que algunos individuos demeritan las posibilidades del arte en la web, es por la dificultad que presenta a la hora de ser vendido y tener un valor en el Mercado del Arte. Contrario a estos planteamientos, esta Investigación permitió traer a la luz las posibilidades de financiación que puede ofrecer el Internet, de forma que el creador no tenga que reducir su trabajo a un hobby, sino que pueda

realmente adquirir ganancias de sus propuestas sin tener que reducirlas al ámbito de lo privado, sacrificar aquello que desea explorar o supeditar su trabajo a los deseos de Instituciones o terceros.

En base a lo encontrado en esta Investigación, le propongo al lector algunas formas en que el público en Internet puede financiar no solo sus propuestas, sino su trabajo en general.

3.6.1. Micro Mecenazgo. Esta posibilidad permite que los usuarios del público realicen una suscripción paga a un creador que deseen apoyar, realizando un pago que puede ser pequeño para apoyar su trabajo. A cambio, el creador puede dar contenido extra- como videos del proceso creativo, bosquejos, ilustraciones, etc.- que no limita la propuesta, pero recompensa a los usuarios que la apoyen. Hay múltiples plataformas que permiten este tipo de financiación como podrían ser Ko-Fi [ko-fi.com/] y Patreon [www.patreon.com/].

La plataforma de Ko-Fi permite a los mecenas o patrocinadores aportar una suma de dinero pequeña, similar a la de un café -de allí su nombre- para apoyar a un creador. Por otra parte, la plataforma de Patreon permite que los usuarios realicen una suscripción mensual mediante la cual pueden apoyar a un creador y recibir beneficios extra- establecidos por el creador- según el valor de su suscripción.

3.6.2. Monetización de Redes Sociales. Esta es una opción que algunas redes sociales permiten una vez superada una cantidad de seguidores, visitas u horas de reproducción. En el caso de YouTube, por ejemplo, la plataforma facilita al creador diferentes funciones de monetización según la cantidad de subscriptores que este tenga, las horas de reproducción de sus seguidores y vistas, estando entre estas opciones el poner anuncios publicitarios en los videos del canal, permitir enviar “superchats” durante videos en vivo, etc. Algunas redes sociales también ofrecen la posibilidad de que los seguidores de un creador puedan decidir pagar una tarifa mensual para tener acceso a contenido exclusivo, de forma similar al Micro mecenazgo.

Una vez la cuenta del creador cumpla con los requisitos de la red social- los cuales varían de una a otra-, la opción de monetizar el canal se activará, de forma que el creador pueda aplicar a esta posibilidad. La plataforma analizará si el canal cumple con los requisitos y, tras un tiempo estipulado por cada red social, se dará una respuesta.

3.6.3. Venta de Mercancía. Esta posibilidad permite que el creador tenga un apoyo financiero y que el público tenga algo que le conecte a la propuesta. Utilizado por Unidades estudiadas en esta Investigación, como *Welcome Home* (2022), *Catastrophe Crow* (2020) y *The Mandela Catalogue* (2021), así como otras producciones en el Internet, este método de financiación es uno que ha probado ser efectivo para aquellos creadores que logran amasar un público y desean monetizar su trabajo. La creación de mercancía puede incluir todo tipo de objetos, como posters, peluches, pines, prendas de vestir estampadas, botellas de agua y demás. Si bien el creador puede decidir crear su propia tienda virtual, la mayoría elige unirse a sitios web que facilitan la creación de productos sobre una propuesta- como la plataforma Makeship [makeship.com/-], los cuales son financiados por los mismos fans que desean tenerlos, lo que disminuye el riesgo económico (Ver Figura 86).

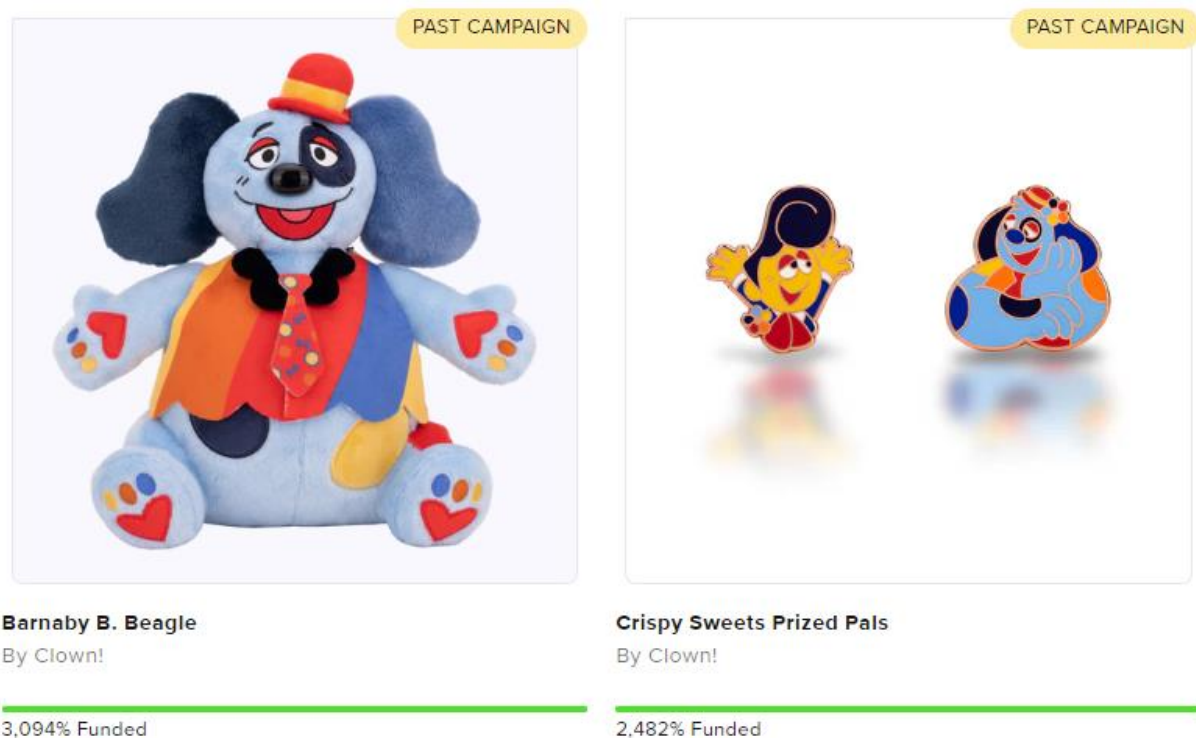


Figura 86. (junio2024). Venta de mercancía como método de financiación en *Welcome Home*.
Nota: Captura de pantalla tomada del sitio web

3.7. Medición de Alcance.

Tal como se comentó durante el Análisis Comparativo, no existe un sistema que permita medir el impacto de una propuesta tanto dentro del contexto del Internet como en el del arte. Es por esto que, en lugar de pensar en una herramienta de impacto, ofrezco algunas formas en las que se puede

verificar el alcance al que está llegando una propuesta en Internet, es decir, si está siendo bien recibida y amasando un público y una comunidad a su alrededor. En base a lo encontrado dentro de esta Investigación, le propongo al lector estas formas de Medición de Alcance.

3.7.1. Estadísticas del Espacio Formal mismo. Si la propuesta se desarrolla en una red social o en un sitio web establecidos por el creador, este puede tener acceso a herramientas de carácter estadístico sobre el número de usuarios que han visitado la página, número de visitas de un contenido, tiempo de visualización promedio, datos de “me gusta” o “no me gusta”, comentarios, respuestas, graficas de interacción del público en el tiempo y demás. El acceso a esta información varía según el espacio que se esté utilizando. Utilizando estos datos el creador puede comparar el alcance de su propuesta con respecto a otras propuestas Interactivas del contexto, usando la información pública de otros creadores- como podrían ser número de “Me gusta”, comentarios, número de visitas, etc., los cuales pueden ser vistos por un público general (Ver Figura 87).

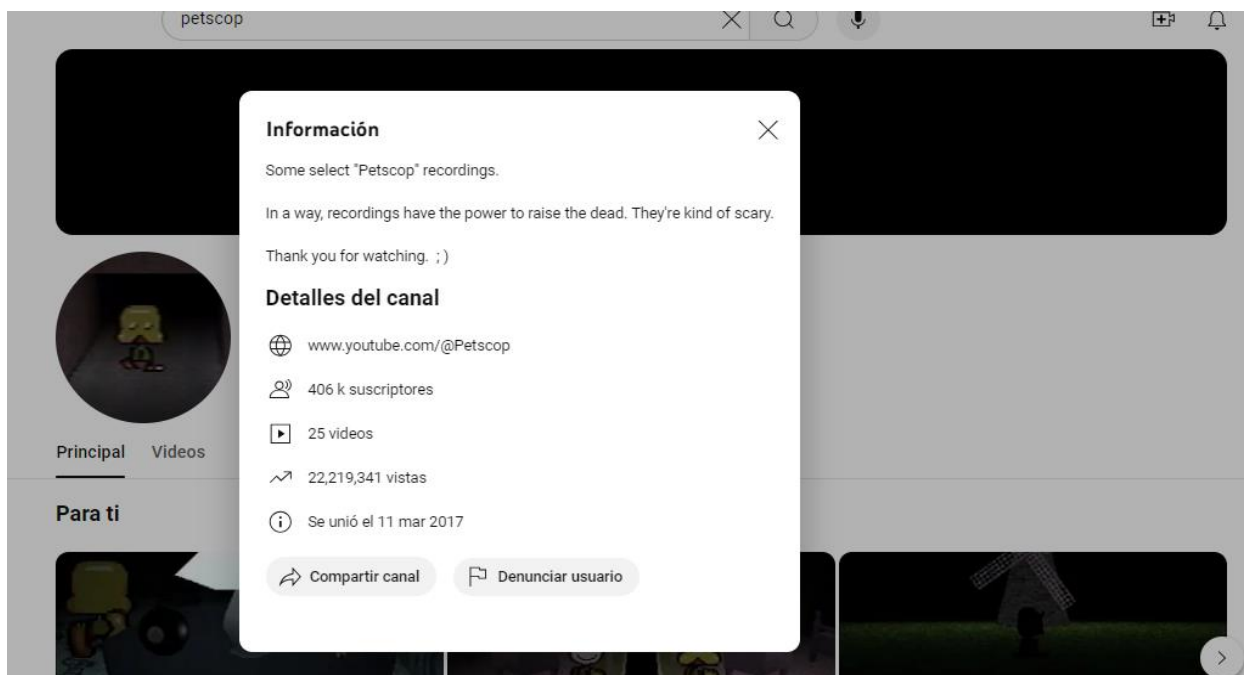


Figura 87. (junio 2024). Información de alcance disponible al público en el canal de YouTube de Petscop.
Nota: Captura de Pantalla tomada de YouTube.

3.7.2. Estadísticas de Buscadores Web. Tal como se hizo en la Descripción de las Unidades de Análisis del Universo #2 de esta Investigación, el creador puede hacer uso de los instrumentos que ofrecen algunos Buscadores Web que permiten ver el nivel de popularidad de un término de búsqueda en el tiempo (Ver Figura 88), como podría ser Google Trends [trends.google.es/trends/]. Es importante que el lector tome en consideración que, si el nombre de su propuesta es genérico o ha sido usado en otros contextos, los resultados arrojados por estos instrumentos pueden ser inexactos.



Figura 88. (junio 2024). Búsqueda de tendencia de Omega Mart en Google Trends.
Nota: Captura de Pantalla tomada de Google Trends, elementos en rojo por parte de la autora.

3.7.3. Referenciación de la Propuesta. Esta es tal vez una de las formas en que más se puede verificar si se está hablando de una propuesta de este tipo en el Internet. En esta se puede apreciar la creación de contenido por parte de internautas que se dedican a analizar, explicar o recopilar información con respecto a producciones que comienzan a hacerse un nombre en el Internet. La aparición de este tipo de material puede dar pistas al creador del alcance de su trabajo, además de servir para atraer a nuevos usuarios al público, este tipo de contenidos también permiten entrever la opinión general con respecto al desarrollo de la propuesta. De la misma forma en la que la aparición de una obra artística en el texto de un teórico reconocido indica que esta ya es

reconocida, la aparición de una propuesta Interactiva en el canal, página o perfil de un creador de contenido conocido y con una plataforma amplia también puede indicar lo mismo en este contexto.

3.7.4. Creación de Contenido por el Público. La aparición de contenido o espacios desarrollados por el mismo público con respecto a la propuesta, indica que este se está consolidando en una comunidad o *fanbase*²⁵, tipos de público mucho más participativos y apasionados en sus interacciones. A diferencia de la referenciación de la propuesta, la creación de contenido por el público es hecha por todo tipo de usuarios y no solo referencian la propuesta, sino que pueden incluso apropiarla. El creador puede entonces estar pendiente del surgimiento de foros de discusión sobre su trabajo en sitios como Discord o Reddit, así como la publicación de contenido como ilustraciones, ediciones, etc. en las principales redes sociales. La transformación del público en una *fanbase* puede ayudar al creador a financiar su trabajo, así como establecer un público que podría interesarse en sus futuras propuestas. Es importante que el creador facilite la aparición de este tipo de comunidades para que puedan darse, interactuando activamente con ellas, alentando la creación por parte de estas y adoptando un enfoque más flexible en cuanto al copyright.

²⁵ Grupo de personas que se unen bajo un mismo interés que apoyan activamente y que comparten un sentimiento de comunidad, dedicación, interacción, participación y promoción con respecto a aquello de lo que son *fans*.

Capítulo 6: Conclusiones

El Arte Contemporáneo es un espacio que permite la utilización de una variedad infinita de medios, contextos, elementos e ideas para desarrollar propuestas artísticas de todo tipo que sean pertinentes a la actualidad. Entre esta inmensidad de posibilidades, el uso de lo digital y del Internet para desarrollar obra se ha convertido en una puerta a todo un mundo de opciones para el artista contemporáneo, con un abanico de nuevas posibilidades creativas.

El uso de una Metodología de Investigación fundamentada en el Análisis de Contenido, permitió obtener datos cuantificables y estadísticos con una muestra reducida y extraer toda la información deseada posible de las dieciocho Unidades de Análisis, así como poner en comparación propuestas de distinta naturaleza sin dificultad. El uso de la Hoja de Codificación facilitó un rastreo y verificación de todo el proceso investigativo, así como permitió implementar herramientas visuales en la forma de gráficos que hicieron más sencillo llegar a algunas conclusiones en el Análisis comparativo. El análisis cualitativo en las Unidades, así como en los hallazgos cuantitativos encontrados, permitió comprender los datos más allá de la estadística, de forma que se pudieron obtener conclusiones del *por qué* y *cómo* de esta información, lo que posibilitó la creación de un Inventario de Herramientas cuyo contenido podrá ofrecer recursos útiles para creadores que deseen hacer obras interactivas a futuro en la Web. En conclusión, la metodología de investigación propuesta se ajustó a las necesidades de la investigación de forma idónea, permitiendo que se pudieran alcanzar los objetivos planteados en un comienzo.

Los hallazgos de esta investigación confirmaron entonces la relevancia que aún tienen algunas herramientas ya conocidas por el ámbito artístico, así como permitieron encontrar nuevas herramientas no tan conocidas por el arte pero que creadores de Narrativas Digitales Lúdicas en Internet ya han utilizado. Tal vez uno de los hallazgos más importantes de esta investigación fue la necesidad de que los artistas no se distancien de aquellos espacios que el público fuera del arte utiliza con frecuencia como medio de comunicación o de entretenimiento, ya que estos pueden convertirse en espacios de creación a futuro, que solo podrán ser utilizados en su mayor potencial comunicativo y expresivo por quienes ya conozcan sus dinámicas.

Así ocurre, por ejemplo, con las redes sociales, que han terminado por transformarse en un campo creativo en el que las audiencias pueden tomar un papel activo de participación, con herramientas

interactivas que permiten el diálogo propuesta – público, la posibilidad de crear propuestas que se perciban como sincrónicas al tiempo real, la facilidad de construir personajes ficticios con los que los internautas puedan comunicarse y empatizar, así como proveer un espacio en el que se puede atraer a una audiencia fuera del contexto del arte. La renuencia a conectar con este tipo de espacios puede causar que un creador no sea consciente de todas las posibilidades que estos ofrecen, privándose de una oportunidad valiosa para ampliar sus herramientas creativas y conectar con un posible público, así como puede correr el riesgo de limitar el uso de las herramientas de las que ya dispone a prácticas más tradicionales y que podrían ser utilizadas de forma más innovadora.

Esto último denota entonces la importancia de una alfabetización digital para los artistas, que se extienda no solo a las formas más técnicas de conocer la web- como podrían ser conocimientos de programación y del funcionamiento del código- sino también al aspecto social y cultural del Internet, como lo podrían ser la construcción de comunidades, la organización de distintos tipos de usuarios en diferentes espacios de la Red, etc.

Es importante mencionar que esta investigación se centra en hacer un estudio profundo y detallado de las categorías de análisis elegidas, para encontrar toda la información relevante posible de la muestra de unidades seleccionadas. Si bien esto implica tener un número de unidades de análisis reducido, este enfoque investigativo permitió hacer hallazgos que pueden ser significativos para el contexto artístico en Internet. Si bien esta investigación está lejos de reflejar la totalidad de posibilidades que puede tener un espacio tan vasto y en constante cambio como lo es la Web, esta se ha desarrollado con el propósito de intentar arrojar algo de luz en al menos algunas de estas posibilidades de las cuales algunos artistas podrían no ser conscientes.

Con la finalización de esta Investigación quedan abiertas algunas preguntas que, quizá, podrían extenderse hacia nuevos proyectos de investigación para todo aquel que desee profundizar en estos temas.

La primera de estas preguntas es el cómo desarrollar una herramienta o sistema que permita medir y comparar el nivel de impacto de ciertas propuestas con naturalezas diversas u opuestas, cuya medición por ahora es imposible bajo un único parámetro. La segunda pregunta es qué posibilidades didácticas y educativas, ya sea dentro o fuera del Internet pueden utilizarse para acercar al público fuera del arte a las dinámicas del arte contemporáneo, de forma que puedan acceder a este y comprenderlo con mayor facilidad. Y, por último, quedará a futuro la posibilidad

de expandir esta Investigación cuando, con la constante evolución de la Red y su cultura, las dinámicas y herramientas presentadas aquí puedan tal vez mutar y evolucionar. Será entonces importante retomar esta investigación, ampliarla, revisarla o actualizarla, de forma que, tal como es su propósito, pueda continuar ofreciendo posibilidades pertinentes para el contexto a artistas que las puedan necesitar.

Por medio de esta investigación y, en particular, la metodología utilizada para hacerla posible, se logró entonces hacer un estudio de elementos conceptuales, estéticos y formales que permitió proponer un conjunto de herramientas creativas para aquellos artistas que deseen crear propuestas contemporáneas, participativas y en sintonía con algunas dinámicas actuales en el internet.

Tal como en aquellos días de mi infancia el sonido del internet conectándose por primera vez me llenó de asombro y curiosidad; de la misma manera en la que aquellos artistas pioneros probablemente abrieron un navegador por primera vez, llenos de ideas y ansias por crear; así mismo espero que, aquel creador que abra este texto, pueda encontrar en él algo que le llene de anticipación, que logre agitar de nuevo ideas que consideraba enterradas de forma que, tal vez con un pequeño empujón, puedan zarpar hacia la unión de esos dos mares convergentes y crear algo nuevo- quizás un puente, quizás una isla- en donde cualquiera que lo desee pueda participar.

Glosario

A continuación, se presenta una lista de términos que aparecerán en el desarrollo de esta Investigación, junto a la definición bajo la cual serán usados en el contexto de esta Investigación.

Canon: Dícese del contenido oficial de una obra literaria, artística, cinematográfica, etc., según lo establecido por el creador o creadores.

Digital: Compuesto de bits.

Fanbase: Grupo de personas que se unen bajo un mismo interés que apoyan activamente y que comparten un sentimiento de comunidad, dedicación, interacción, participación y promoción con respecto a aquello de lo que son fans.

Found Footage: En español ‘Metraje encontrado’ es un tipo de material, principalmente audiovisual, que es construido para parecer verídico y grabado de forma casera o por un aficionado y dar la sensación de pertenecer a la realidad y haber sido encontrado por alguien más.

GamePlay/Let’s Play: Video o conjunto de videos en los cuales un individuo graba su proceso de juego, generalmente de un videojuego, para compartir su experiencia con otros usuarios.

Glitch: Error que no afecta la operabilidad de un programa o sistema.

Hipertexto: “Texto concebido en fragmentos y vínculos que le permiten al lector una navegación no lineal y por lo tanto interactiva” (Ortiz, R.R., 2000)

Hipervínculo/Link: (en Internet) Enlace o vinculo por medio del cual un usuario puede acceder de forma rápida a otro espacio de la Red, ya sea un sitio web, video, post, descarga, etc.

Influencer: Dícese de una personalidad conocida en internet, generalmente mediante el uso de Redes Sociales, cuyo estilo de vida, opiniones, conocimientos y demás, pueden influenciar en el público que la sigue.

Red Social: Plataforma digital en Internet que conecta a un gran número de usuarios.

Suspensión de la Realidad: Proceso mediante el cual el público de una historia se involucra con los hechos descritos en esta como si estuvieran sucediendo, aunque sea consciente de que son ficticios.

YouTuber: Usuario que crea contenido en la plataforma de YouTube de forma continua y, generalmente, para un público establecido de seguidores.

Referencias

Backrooms Community. (2019). *Backrooms*. Reddit. <https://www.reddit.com/r/backrooms/>

Baker, C. (2009) *Murmur Study*. [Instalación artística]. Northern Lights. <http://northern.lights.mn/projects/baker/>

(2009) *Murmur Study*. [video de la instalación física]. Vimeo. <https://vimeo.com/4464887>

Berelson, B. (1952). Introduction. In *Content analysis in communication research* (pp. 13–25). essay, The Free Press.

Beristáin, H. (1985). *Diccionario de retórica y poética* (7th ed.). Ed. Porrúa.

Butcher, A. (2020). *Catastrophe Crow 64*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=irEb9TS9yEk&t=328s>

Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and Society*. Oxford University Press.

Clown. (2022). *Welcome Home*. Welcome Home [Sitio Web eliminado]. <https://www.clownillustration.com/welcome-home>

(2024). *Welcome Home Restoration Project*. Welcome Home Restoration Project. <https://www.welcomehomerestorationproject.net/>

(2024). *Away from Prying Eyes*. Away From Prying Eyes. <https://www.awayfrompryingeyes.net/>

Danto, A. C. (2005). *Después del fin del arte: El Arte Contemporáneo y el Linde de la Historia*. Paidós.

Dapper, J. (2017). *Daisy Brown*. YouTube. <https://www.youtube.com/@daisybrown6516>

(2017) *Daisy Brown*. Twitter/X. <https://twitter.com/daisybrownreal>

- Domenico, T. (2017). *Petscop*. YouTube. <https://www.youtube.com/@Petscop/videos>
- Elliot, A. (2018). *The Sun Vanished*. Twitter/X. <https://twitter.com/TheSunVanished>
- García, A. (2021). La Fundación SCP en el Desarrollo de la alfabetización académica, Fomento de la Lectura y la escritura creativa. *PUBLICACIONES*, 51(1), 15–42. <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v51i1.16488>
- Geisel, T. S. (2007). *Daisy-head Mayzie*. Learning Co.
- Greene, R. (2004). *Internet art*. Thames & Hudson.
- Harris, J., & Kamvar, S. (2006). *We feel fine / by Jonathan Harris and Sep Kamvar*. We Feel Fine. <http://www.wefeelfine.org/>
- Harris, J., & Kamvar, S. (2009). *We feel fine: An almanac of Human emotion*. Simon & Schuster
- Heemskerk, J, & Paesmans, D. (1995). *Wwwwwwwww.jodi.org*. [Net.Art] jodi.org. <http://wwwwwwwww.jodi.org>
- Huizinga, J. (1980). The Play-Concept as expressed in Language. In *Homo ludens: A study of the play-element in culture* (pp. 28–45). essay, Routledge and Kegan Paul.
- Juul, J. (n.d.). *Real: A dictionary of video game theory*. Half-real. <http://www.half-real.net/dictionary/#half-real>
- K. (2016). *Hi I'm Mary Mary*. Twitter/X. <https://twitter.com/hithereiammary>
- (2016). *Hi I'm Mary Mary*. Youtube. <https://www.youtube.com/@hiimmarymary923>
- Kister, A. (2021). *The Mandela Catalogue*. YouTube. <https://www.youtube.com/c/MandelaCatalogue>
- Lialina, O. (1997). *Agatha Appears*. [Net.Art] C3 Center for Culture & Communication. [Restauración por INCCA en 2008]. <https://www.c3.hu/collection/agatha/>

- Lialina, O. (1996). *My boyfriend came back from the war*. [Net.Art]. Rhizome Artbase. <https://sites.rhizome.org/anthology/lialina.html>
- Lush, L. (2020). *Spoiled Millionaire's Daughter Claims She's "The Queen of YouTube"*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sXo06NEccMw>
- Manovich, L. (2000). *The language of new media*. MIT Press.
- Meow Wolf. (2021). *Omega Mart*. [Instalación artística]. Omega Mart AREA15.
- (2021). *Las Vegas*. Meow Wolf. <https://meowwolf.com/visit/las-vegas>
- (2021). *Omega Mart*. Omega Mart. <https://www.omegamart.com/>
- (2021). *Omega Mart*. Omega Mart. <https://www.dramcorp.com/>
- (2021). *Omega Mart*. YouTube. <https://www.youtube.com/@meowwolf>
- Murray, J. H. (2011, November 20). *Four affordances*. Janet H. Murray. <https://inventingthemedium.com/four-affordances/>
- Nana825763. (2008). *Username666*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7iFXyLah2oQ>
- Ortiz, R. R. (2000). El hipertexto, una nueva tecnología en la escuela: A la búsqueda de cronopios inventores. *Revista Alegría de Enseñar*, 43, 62–72. ISSN: 0121-1471
- Paul, C. (2015). *Digital Art* (3rd ed.). Thames & Hudson Ltd.
- Rodrigo, I. N. (2013). *El Origen de Internet. El Camino Hacia La Red de Redes*. <https://oa.upm.es/>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). *Metodología de la investigación* (4th ed.). Mc Graw Hill.
- SCP Foundation. (2007). "Main" by The SCP Foundation Wiki. <https://scpwiki.com/main>
[Licensed under CC-BY-SA]

Stribog, W. (2013). *KrainaGrzybowTV*. YouTube. <https://www.youtube.com/@krainagrzybowtv>

Somnio Productions, & Ransom T. (2020). *Hi I'm Sophie*. Instagram. <https://www.instagram.com/iamsophiereal/>

(2020). *Hi I'm Sophie*. YouTube. <https://www.youtube.com/@iamsophie>

(2020) *Hi I'm Sophie*. Twitter/X. <https://twitter.com/iamsophiereal>

(2020) *Hi I'm Sophie*. Young Rich Powerful Shop. <https://www.shopiamsophie.com/>

TeamLab. (2018). *Borderless*. [Instalaciones Artísticas]. MORI Building Digital Art Museum.

(2018). *Borderless*. Teamlab. <https://www.teamlab.art/es/e/tokyo/>

Utterback, C. & Achituv, R. (1999). *Text Rain*. [Instalación artística]. Smithsonian American Art Museum.

(1999) *Text Rain*. *Projects*. Camille Utterback. www.camilleutterback.com/projects/text-rain/

Wagner, T. (2009). *Marble Hornets*. YouTube. <https://www.youtube.com/@MarbleHornets>

Williams, W. (2007). *SCP 137*. 4chan. [Publicación Original Perdida]

Wright, P. (2015). *IIB X 1371*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=quyXS4a0JGQ>

Referencias Figuras

Elliot, A. (marzo 2024). *Perfil de The Sun Vanished*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/TheSunVanished>

(marzo 2024). *Uso de Respuestas en The Sun Vanished*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/TheSunVanished>

K. (marzo 2024). *Perfil de Hi I'm Mary Mary 1*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/hithereiammary>

(marzo 2024). *Perfil de Hi I'm Mary Mary 2*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@hiimmarymary923>

(marzo 2024). *Uso de edición de imagen es en Hi I'm Mary Mary*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/hithereiammary>

(marzo 2024). *Los monstruos de Hi I'm Mary Mary*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@hiimmarymary923>

Domenico, T. (marzo 2024). *Perfil de Petscop*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@Petscop>

(marzo 2024). *Uso de metáforas, referencias, pistas y acertijos en Petscop*. [Capturas de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@Petscop>

Butcher, A. (marzo 2024). *Falso documental que introduce a Crow 64*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=irEb9TS9yEk&t=328s>

(marzo 2024). *Material inventado por el creador de Crow 64 Para el falso documental*. [Capturas de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=irEb9TS9yEk&t=328s>

Dapper, J. (marzo 2024). *Perfil de Daisy Brown 1*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/daisybrownreal>

(marzo 2024). *Perfil de Daisy Brown 2*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@daisybrown6516>

(marzo 2024). *Caracterización de Daisy Brown mediante formas de escritura, anécdotas, tipo de publicaciones y comunicación con el público*. [Capturas de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/daisybrownreal>

(marzo 2024). *Ejemplo de uso de pistas en Daisy Brown*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=A7dI801bes0>

Somnio Productions, & Ransom T. (marzo 2024). *Ejemplo de publicaciones tipo influencer en I am Sophie*. [Capturas de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/iamsophiereal/>

(marzo 2024). *Ejemplo de pistas, acertijos y códigos en I am Sophie*. [Capturas de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/iamsophiereal/>

(marzo 2024). *Ejemplo de pistas, acertijos y códigos en I am Sophie*. [Capturas de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/iamsophiereal>

(marzo 2024). *Ejemplo de pistas, acertijos y códigos en I am Sophie*. [Capturas de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@iamsophie>

Clown. (marzo 2024). *Página Web de Welcome Home*. [Captura de Pantalla]. Welcome Home Restoration Project. <https://www.welcomehomerestorationproject.net/>

(marzo 2024). *Ejemplos de pistas ocultas en Welcome Home*. [Capturas de Pantalla]. Welcome Home Restoration Project. <https://www.welcomehomerestorationproject.net/>

(marzo 2024). *Ejemplos de Mercancía ficticia de Welcome Home*. Welcome Home Restoration Project. <https://www.welcomehomerestorationproject.net/>

Kister, A. (marzo 2024). *Perfil de The Mandela Catalogue*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/c/MandelaCatalogue>

(marzo 2024). *La estética y elementos visuales de The Mandela Catalogue*. [Capturas de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/c/MandelaCatalogue>

SCP Foundation. (marzo 2024). Sitio web de *SCP Foundation*. [Captura de Pantalla]. “Main” by The SCP Foundation Wiki. <https://scpwiki.com/main> [Licensed under CC-BY-SA]

(marzo 2024). *Ejemplos de Entradas SCP (SCP-1762, SCP-1233 y SCP-049)*. [Capturas de Pantalla]. SCP-049 <https://scp-wiki.wikidot.com/scp-049> [Licensed under CC-BY-SA]

(marzo 2024). *Ejemplos de Entradas SCP (SCP-1762, SCP-1233 y SCP-049)*. [Capturas de Pantalla]. SCP-1233 <https://scp-wiki.wikidot.com/scp-1233> [Licensed under CC-BY-SA]

(marzo 2024). *Ejemplos de Entradas SCP (SCP-1762, SCP-1233 y SCP-049)*. [Capturas de Pantalla]. SCP-1762 <https://scp-wiki.wikidot.com/scp-1762> [Licensed under CC-BY-SA]

Utterback, C. & Achituv, R. (marzo 2024). *Text Rain*. [Capturas de Pantalla]. Smithsonian American Art Museum. <https://americanart.si.edu/artwork/text-rain-109552>

TeamLab. (marzo 2024). Ejemplos de exposiciones diversas en Borderless. [Capturas de Pantalla]. MORI Building Digital Art Museum. <https://www.teamlab.art/es/e/tokyo/>

Lialina, O. (marzo 2024) *Uso del espacio y elementos visuales como herramienta narrativa en My boyfriend came back from the war*. [Capturas de Pantalla]. Rhizome Artbase. <https://sites.rhizome.org/anthology/lialina.html>

Heemskerk, J, & Paesmans, D. (marzo 2024). *Ejemplo de uso de distintos elementos visuales para dar una estética de Glitch o virus*. [Capturas de Pantalla]. Jodi.org. <http://wwwwwwwwwwww.jodi.org>

Baker, C (marzo 2024). *Instalación de Murmur Study*. [Capturas de Pantalla]. Vimeo. <https://vimeo.com/4464887>

Meow Wolf. (marzo 2024). *Ejemplos de contenido de Omega Mart en la web*. [Capturas de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@meowwolf>

(marzo 2024). *Imágenes de la Galería Interactiva de Omega Mart*. [Capturas de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@meowwolf>

- SCP Foundation. (junio 2024). *SCP Foundation apropia una estructura visual de archivo científico/militar como parte de su identidad visual*. [Captura de Pantalla] SCP-500. <https://scp-wiki.wikidot.com/scp-500> [Licensed under CC-BY-SA]
- Clown. (junio 2024). *Welcome Home referencia la paleta de colores de series infantiles de la época, favoreciendo colores primarios y secundarios*. [Captura de Pantalla]. Welcome Home Restoration Project. <https://www.welcomehomerestorationproject.net/>
- Lialina, O. (junio 2024). *La constancia de elementos visuales en My boyfriend came back from the war le da una identidad propia*. [Capturas de Pantalla]. Rhizome Artbase. <https://sites.rhizome.org/anthology/lialina.html>
- Meow Wolf. (junio 2024). *Estética fantástica en Omega Mart mediante colores vibrantes y elementos surrealistas*. [Captura de Pantalla]. Omega Mart. <https://www.omegamart.com/>
- K. (junio 2024). *Estética realista en Hi I'm Mary Mary mediante el uso de edición de video para integrar sus elementos de forma realista*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jAEPNjnb3qM>
- Kister, A. (junio 2024). *Estética oscura en The Mandela Catalogue mediante paleta de colores oscura, elementos de distorsión y baja iluminación*. [Captura de Pantalla]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=1jMFrVk2d_I
- Somnio Productions, & Ransom T. (junio 2024). *Herramientas de YouTube 1*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EIFODhdzT28&t=383s>
- Dapper, J. (junio 2024). *Herramientas de YouTube 2*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=N-ZWAaVMX3I>
- K. (junio 2024). *Herramientas de YouTube 3*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3dF-QMWYsqo>
- Elliot, A. (junio 2024). *Herramientas de Twitter/X 1*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/TheSunVanished>

- (junio 2024). *Herramientas de Twitter/X 2*. [Captura de Pantalla]. Twitter/X. <https://twitter.com/TheSunVanished>
- Somnio Productions, & Ransom T. (junio 2024). *Herramientas de Instagram 1*. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/iamsophiereal/>
- (junio 2024). *Herramientas de Instagram 2*. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/iamsophiereal/>
- (junio 2024). *Herramientas de Instagram 3*. [Captura de Pantalla]. Instagram. <https://www.instagram.com/iamsophiereal/>
- SCP Foundation. (junio 2024). Uso de Hipervínculos visibles y organizados en *SCP Foundation*. [Captura de Pantalla]. “Main” by The SCP Foundation Wiki. <https://scpwiki.com/main> [Licensed under CC-BY-SA]
- Lialina, O. (junio 2024). *Uso de Hipervínculos lineales en Agatha Appears*. [Net.Art] C3 Center for Culture & Communication. [Restauración por INCCA en 2008]. <https://www.c3.hu/collection/agatha/>
- Clown. (junio 2024). *Uso de Hipervínculos Ocultos en Welcome Home*. [Captura de Pantalla]. Welcome Home Restoration Project. <https://www.welcomehomerestorationproject.net/>
- Makeship. (junio 2024). *Venta de mercancía como método de financiación en Welcome Home*. [Captura de Pantalla]. Makeship. <https://www.makeship.com/search?q=welcome+home>
- Domenico, T. (junio 2024). *Información de alcance disponible al público en el canal de YouTube de Petscop*. [Captura de Pantalla]. YouTube. <https://www.youtube.com/@Petscop>
- Google. (junio 2024). *Búsqueda de tendencia de Omega Mart en Google Trends*. [Captura de Pantalla]. Google Trends. <https://trends.google.es/trends/explore?date=all&q=%2Fg%2F11mr21q7s7&hl=es>

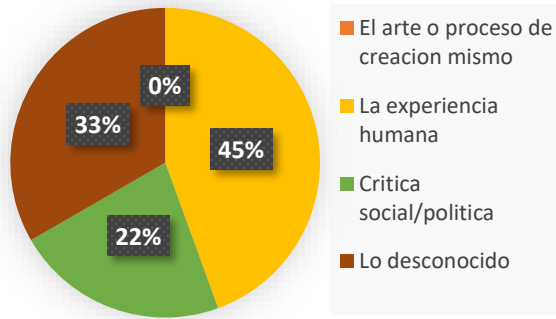
	Tipo de Espacio Formal	Redes sociales	X	X	X		X	X			
		Página Web							X		X
		Mixto en la Web				X				X	
		Mixto realidad y digital									
	Modalidad de Acceso	Espacio privado									
		Espacio Público	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Espacio Mixto									
	Elemento Principal de Navegación	Hipertexto							X		X
		Dinámicas de Redes Sociales	X	X			X	X			
		Formato Serial			X	X				X	
		Publicación única									
		Instalación física									
	Uso de personajes	No hay un personaje central									
		El público como protagonista									
		Personaje central ficticio definido		X			X				
		Personaje central ficticio no definido	X		X	X		X	X	X	X
Tipo de Participación	Participación no Consciente										
	Participación Contemplativa										
	Participación Creativa Limitada	X				X					
	Participación Creativa Abierta		X							X	

	Participación Lúdica Investigativa			X	X		X	X	X	
Uso del tiempo	Tiempo Real	X	X			X	X	X		
	Tiempo Propio			X					X	
	Tiempo Creativo									
	Tiempo no definido				X					X
Financiación de la Propuesta	Financiación por parte del creador	X			X	X				
	Financiación por parte del público		X					X	X	
	Financiación por parte de terceros						X			
	Financiación Desconocida			X						X

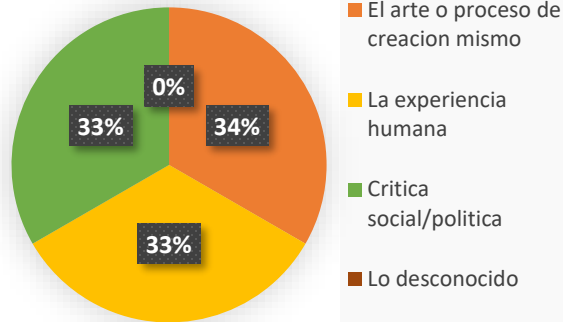
	Mixto realidad y digital									X
Modalidad de Acceso	Espacio privado	X	X				X			
	Espacio Publico			X	X	X		X	X	
	Espacio Mixto									X
Elemento Principal de Navegación	Hipertexto			X	X	X				
	Dinámicas de Redes Sociales									
	Formato Serial									
	Publicación única							X	X	
	Instalación física	X	X				X			X
Uso de personajes	No hay un personaje central					X	X	X	X	
	El público como protagonista	X	X							
	Personaje central ficticio definido			X	X					
	Personaje central ficticio no definido									X
Tipo de Participación	Participación no Consciente						X	X		
	Participación Contemplativa	X		X	X	X				
	Participación Creativa Limitada		X							
	Participación Creativa Abierta									
	Participación Lúdica Investigativa								X	X
Uso del tiempo	Tiempo Real						X			

	Tiempo Propio			X	X					
	Tiempo Creativo		X							X
	Tiempo no definido	X				X		X	X	
Financiación de la Propuesta	Financiación por parte del creador								X	
	Financiación por parte del público		X							X
	Financiación por parte de terceros						X			
	Financiación Desconocida	X		X	X	X		X		

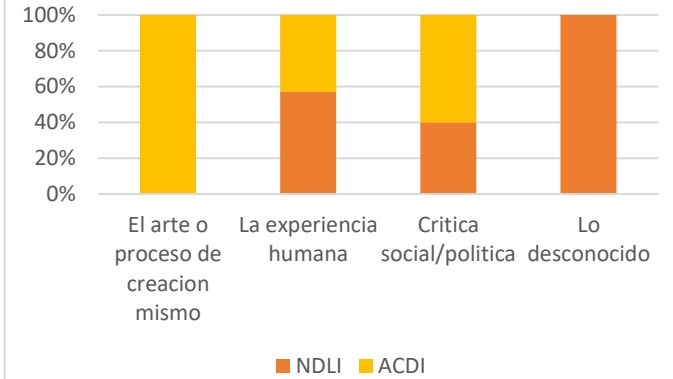
NDLI-Premisa Conceptual



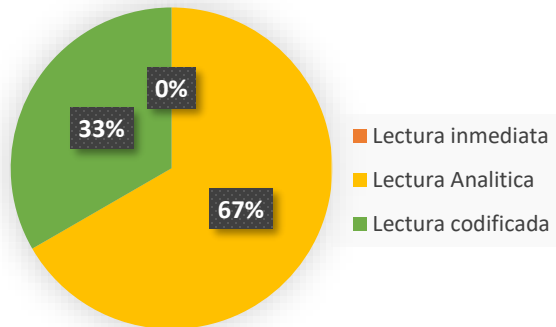
ACDI-Premisa Conceptual



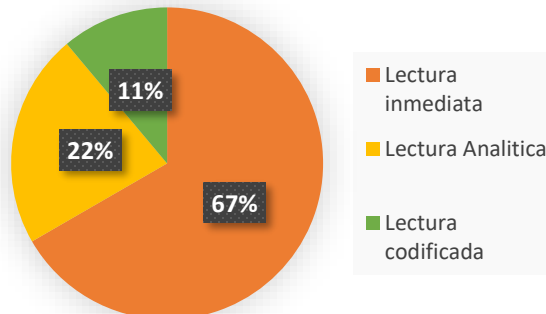
PREMISA CONCEPTUAL



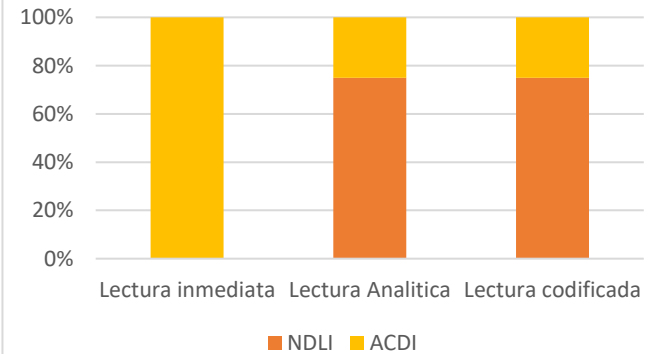
NDLI-Nivel de Abstracción de Concepto



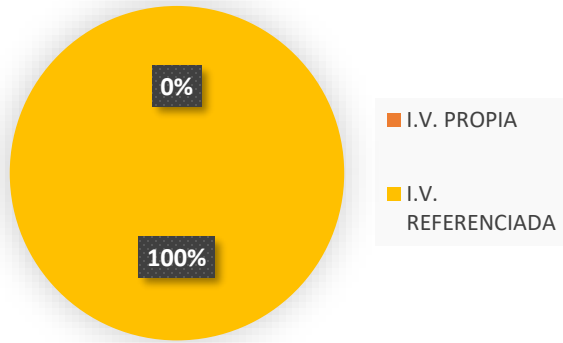
ACDI-Nivel de Abstracción de Concepto



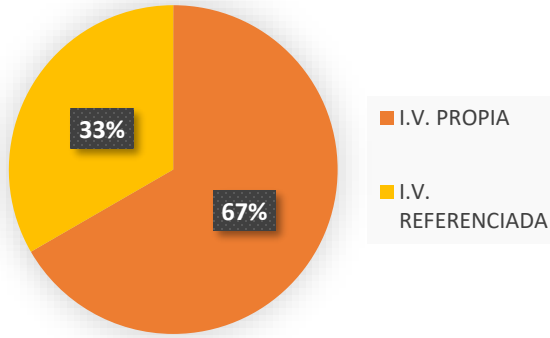
NIVEL DE ABSTRACCIÓN DEL CONCEPTO



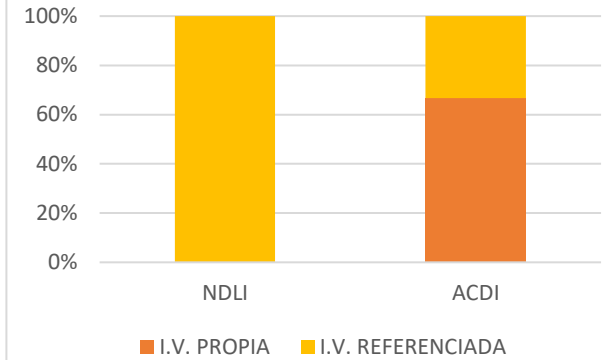
NDLI-Identidad Visual



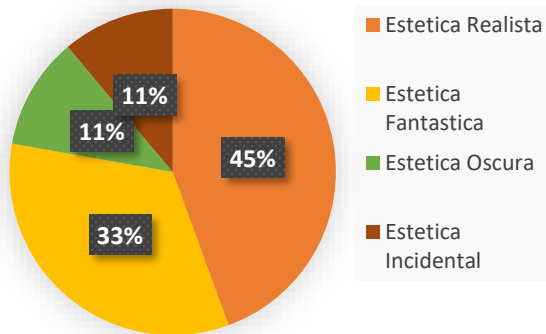
ACDI-Identidad Visual



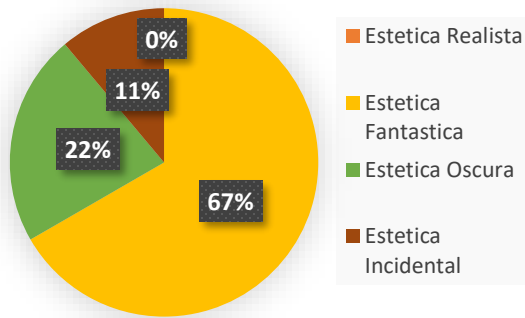
IDENTIDAD VISUAL



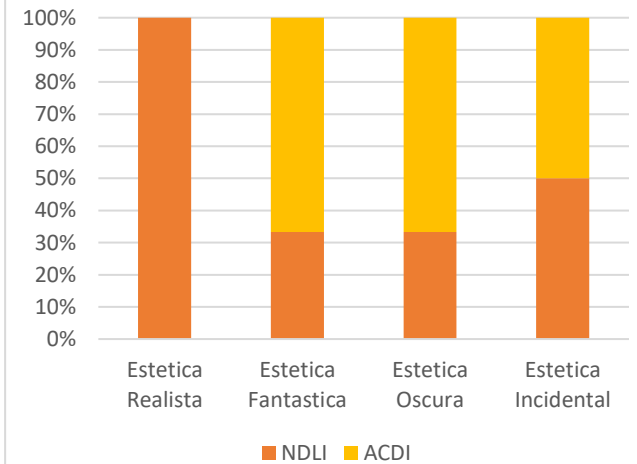
NDLI-Estética visual dominante



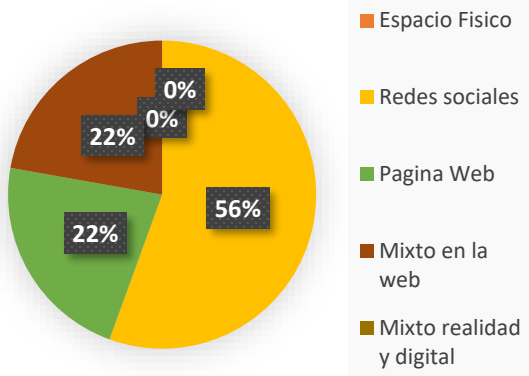
ACDI-Estética visual dominante



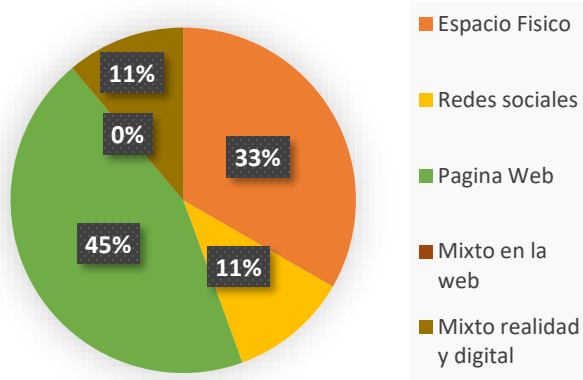
ESTETICA VISUAL DOMINANTE



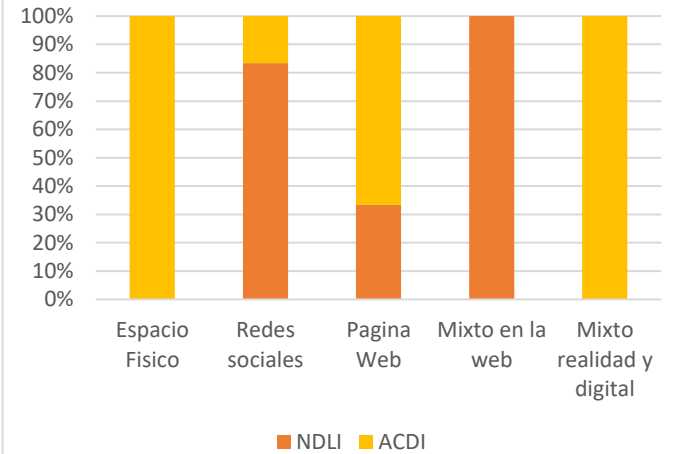
NDLI-Tipo de Espacio Formal



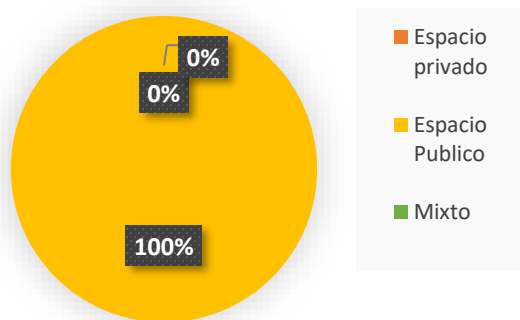
ACDI-Tipo de Espacio Formal



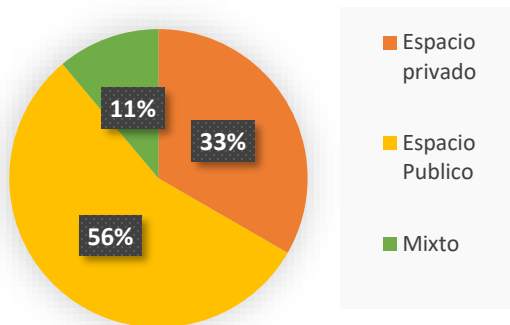
TIPO DE ESPACIO FORMAL



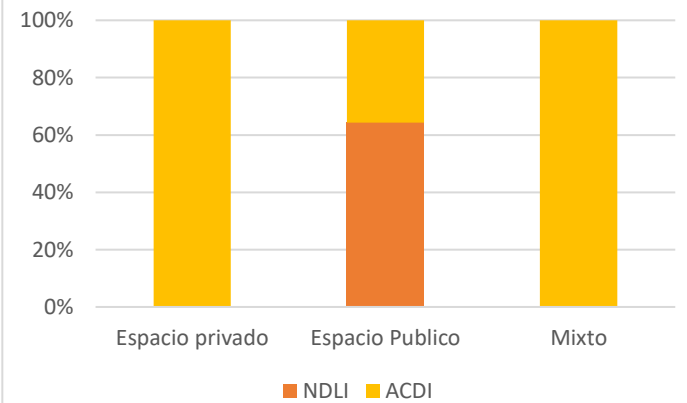
NDLI-Modalidad de Acceso



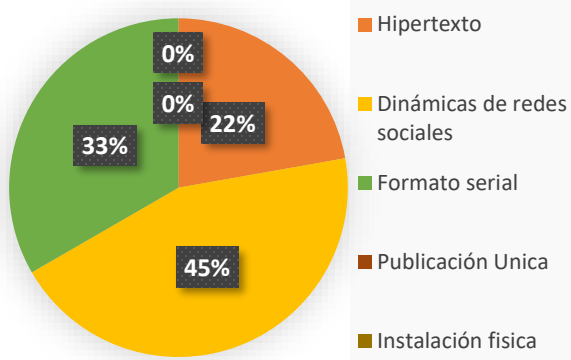
ACDI-Modalidad de Acceso



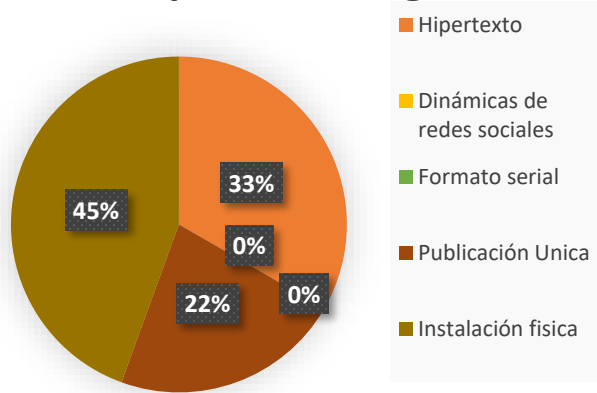
MODALIDAD DE ACCESO



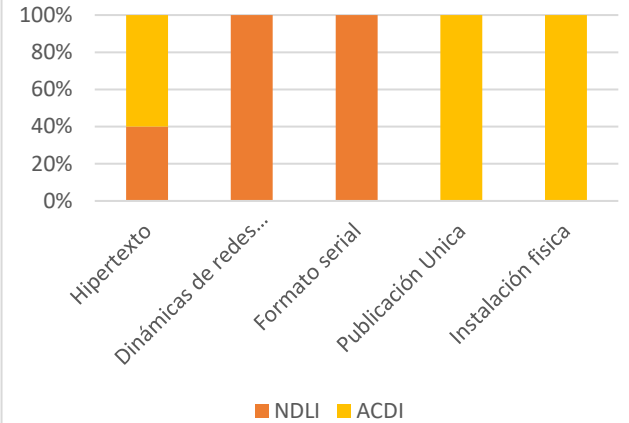
NDLI-Elemento Principal de Navegación



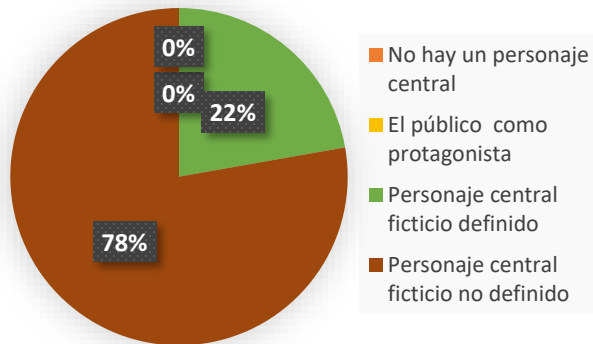
ACDI-Elemento Principal de Navegación



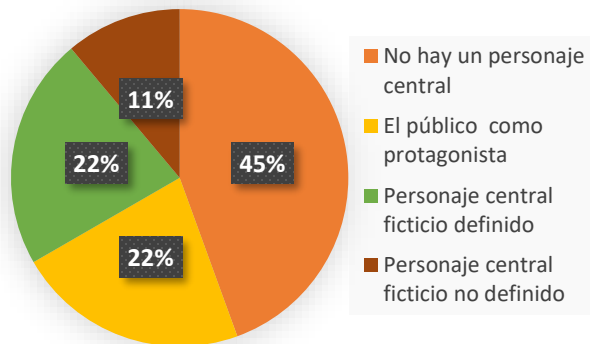
ELEMENTO PRINCIPAL DE NAVEGACIÓN



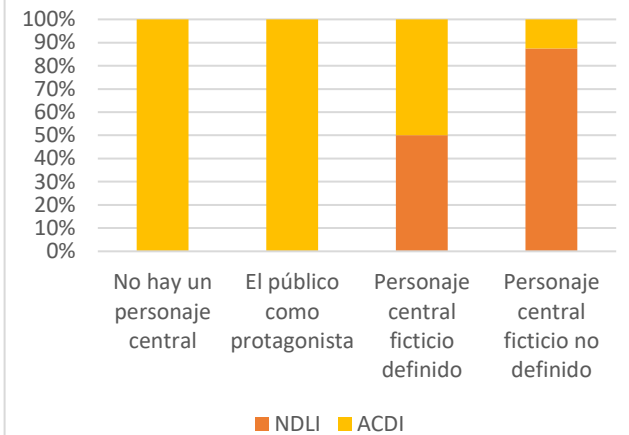
NDLI-Uso de Personajes



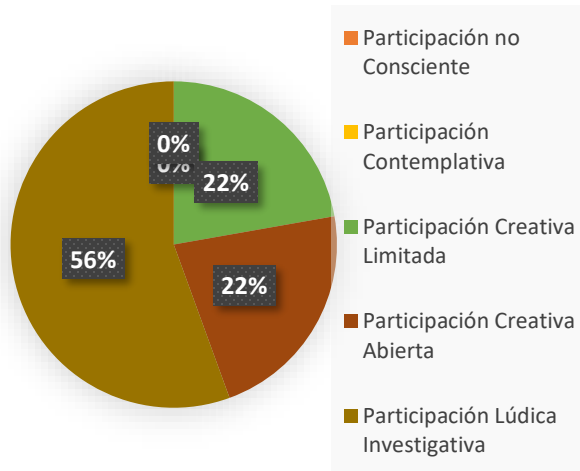
ACDI-Uso de Personajes



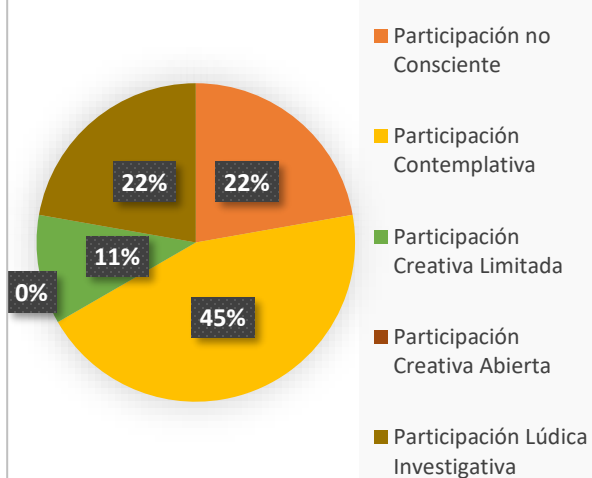
USO DE PERSONAJES



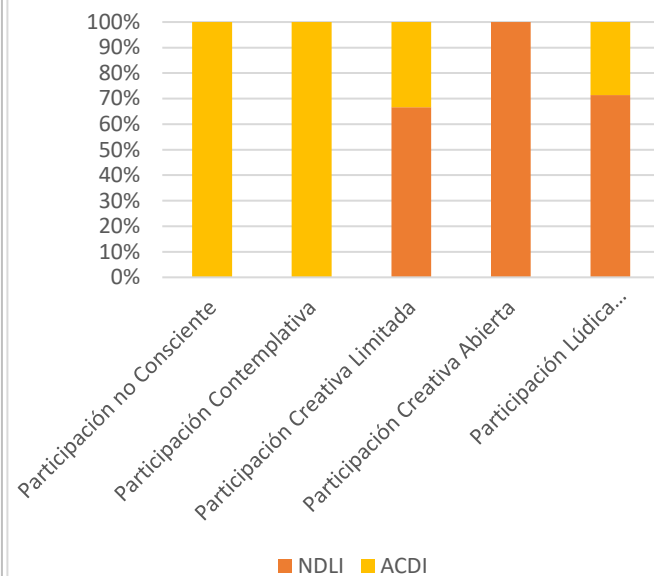
NDLI-Tipo de participación



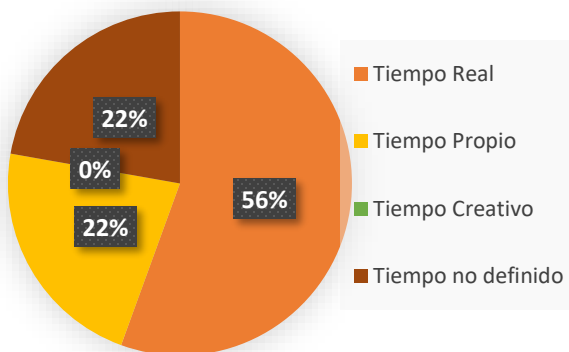
ACDI-Tipo de participación



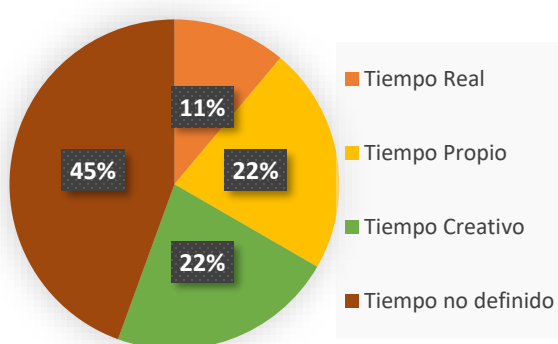
TIPO DE PARTICIPACION



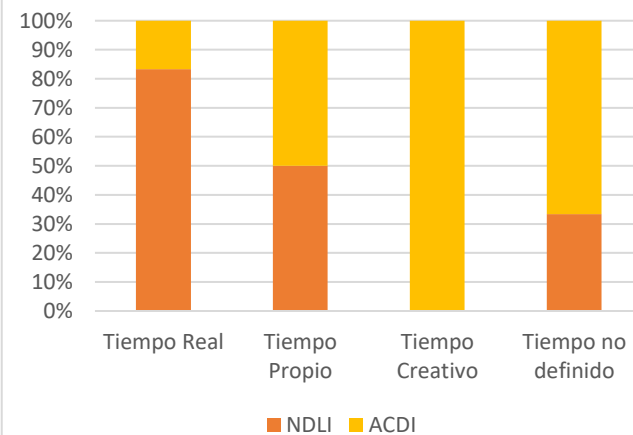
NDLI-Uso del Tiempo



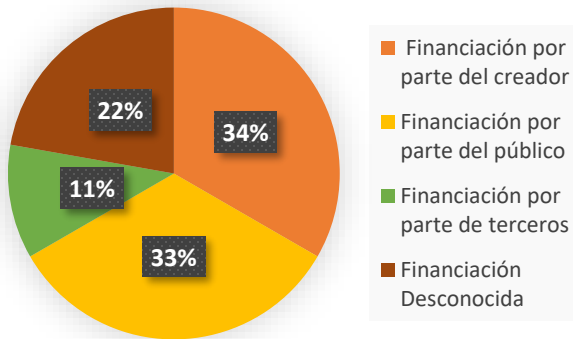
ACDI-Uso del Tiempo



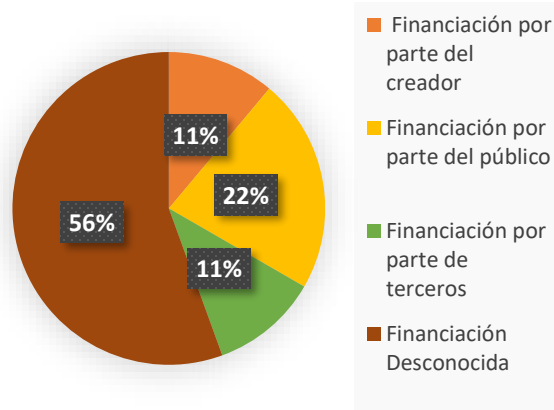
USO DEL TIEMPO



NDLI- Financiación Propuesta



ACDI- Financiación Propuesta



FINANCIACIÓN DE LA PROPUESTA

