

Inmersión cinematográfica de bajo presupuesto: análisis de contenido del ciclo *gimmick* de William Castle

Miguel Ángel Pérez-Gómez¹
Milagros Expósito-Barea²

Recibido: 20/11/2022
Aprobado por pares: 23/02/2023

Enviado a pares: 05/12/2022
Aceptado: 30/03/2023

DOI: 10.5294/pacla.2023.26.3.5

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Pérez-Gómez, M. A. y Expósito-Barea, M. (2023). Inmersión cinematográfica de bajo presupuesto: análisis de contenido del ciclo *gimmick* de William Castle. *Palabra Clave*, 26(3), e2635. <https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.3.5>

Resumen

Este artículo estudia los orígenes del cine 4D a través del ciclo *gimmick* de William Castle desarrollado entre 1958 y 1967. Los filmes de Castle se sitúan en la encrucijada de los años cincuenta, cuando las tecnologías de exhibición experimentan cambios que buscan distanciarse de la televisión a través de la espectacularidad: ampliación de la pantalla, sonido estereofónico o películas en 3D. En ese contexto, las películas de Castle se basan en la utilización de trucos para crear una nueva experiencia cinematográfica que podemos denominar como preinmersiva.

Palabras clave

Cine de terror; cine háptico; cine inmersivo; William Castle; 4D.

1 [✉ https://orcid.org/0000-0002-7315-1809](https://orcid.org/0000-0002-7315-1809). Universidad de Sevilla, España. mperez21@us.es

2 <https://orcid.org/0000-0001-7650-5054>. Universidad de Sevilla, España. mexposito@us.es

Low-budget Cinematic Immersion: Content Analysis of William Castle's Gimmick Cycle

Abstract

This article studies the origins of 4D cinema through William Castle's gimmick cycle between 1958 and 1967. Castle's films are located at the crossroads of the fifties when exhibition technologies underwent changes that sought to distance themselves from television through spectacularity: screen enlargement, stereophonic sound, or 3D films. Against this backdrop, Castle's films are based on tricks to create a new cinematographic experience that we can call pre-immersive.

Keywords

Horror cinem; haptic cinema; immersive cinema; William Castle; 4D.

Imersão cinematográfica de baixo orçamento: análise de conteúdo do ciclo gimmick de William Castle

Resumo

Neste estudo, são estudadas as origens do cinema 4D por meio do ciclo gimmick de William Castle, desenvolvido entre 1958 e 1967. Os filmes de Castle estão situados na encruzilhada dos anos 1950, quando as tecnologias de exibição experimentam mudanças que procuram se distanciar da televisão através da espetacularidade: ampliação da tela, som estereofônico ou filmes em 3D. Nesse contexto, os filmes de Castle estão baseados na utilização de truques para criar uma experiência cinematográfica que podemos denominar “pré-imersiva”.

Palavras-chave

Cinema de terror; cinema háptico; cinema imersivo; William Castle; 4D.

El cine como espectáculo siempre ha buscado sembrar una sensación de experiencia en el espectador. Desde la primera proyección pública hasta nuestros días, la industria cinematográfica lo ha hecho con las grandes salas temáticas, el color, el aumento de pantalla, la inserción del sonido y el uso de tecnologías de sonido envolvente, tecnologías que tratan de situar al espectador dentro del relato, imágenes estereoscópicas como el 3D y todas sus vertientes, hasta llegar a experiencia inmersivas, como el actual 4D. Las películas proyectadas en salas 4D se definen por ser multisensoriales, donde lo que prima “es llenar el campo visual de la audiencia”³ (Hyder, 2009), en una gran pantalla, complementada con efectos físicos en sala sincronizados con la narrativa. Estos incluyen el movimiento y vibración de las butacas, aromas, lluvia, niebla, burbujas, humo, viento, cambios de temperatura y luces estroboscópicas, todo dependiendo del sistema utilizado: 4DX, D-Box, MX 4D o 4D E-motion.

Aunque, por lo general, todos estos avances han supuesto una gran inversión para productores y exhibidores, no siempre ha sido así. En las décadas de los cuarenta y cincuenta del siglo XX, con la segmentación de salas de estreno, de reestreno y de barrio, no todo eran grandes producciones. Las salas de barrio solían nutrirse de películas de bajo presupuesto, con actores no tan conocidos y realizadores que estaban empezando o se especializaban en ese tipo de producciones. Estas salas, que previamente se habían abastecido de los seriales cinematográficos, en esas dos décadas proyectaron filmes de terror, ciencia ficción, *suspense* y cine negro. Entre los productores y realizadores que destacaron en ese periodo para ese tipo de producciones estaba William Castle, cuyo ciclo *gimmick*⁴ es el objeto de estudio de este artículo.

William Castle (1914-1977) es una de las figuras más representativas del cine de serie B estadounidense de la década de los cincuenta, en parte, por su gran capacidad para promocionar películas de bajo presupuesto con

3 Todas las traducciones de los textos publicados en inglés o francés incluidas en el presente trabajo han sido llevadas a cabo por los autores del mismo.

4 Según el *Cambridge Dictionary* (<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/gimmick>), *gimmick* remite a “algo que no es serio o de valor real que se usa para atraer temporalmente la atención o el interés de las personas, especialmente para hacer que compren algo”.

un gran rendimiento económico en las salas. Su pasión por el mundo del espectáculo surge cuando va a ver por primera vez la representación teatral *Drácula* (1927), protagonizada por Bela Lugosi. Castle queda tan complacido con la obra que durante unas semanas va a verla todos los días. En ese momento tiene una especie de revelación: “entonces supe lo que quería hacer con mi vida: quería asustar al público” (1976, p. 13). Dos años más tarde lo llaman de esa misma compañía teatral para contratarlo como asistente en la gira que el espectáculo va a emprender por todo el país.

Siguiendo la estela del Mercury Theatre de Orson Welles, llega a un acuerdo con este para que le ayude a financiar una obra con la actriz alemana exiliada Ellen Schwanneke. La promoción y la puesta en escena de esta es clave para su introducción en la industria cinematográfica. Aprovecha que la actriz es invitada por Goebbles para un festival de artes en Alemania, que finalmente rechaza. Valiéndose de la situación, Castle hace una campaña en medios que tienen como titular “La chica que le dice no a Hitler”. Pero también lleva a cabo otra maniobra. La madrugada antes del estreno rompe las vidrieras del teatro y dibuja unas esvásticas en la fachada del mismo. Esa misma noche la pieza se estrenó entre soldados armados por orden del gobernador (Castle, 1976, pp. 25-26). Esta promoción tan agresiva convierte a la obra en un éxito.

Tal capacidad de promoción por parte del director llama la atención de Harry Cohn, de Columbia Pictures. Una vez allí aprende el negocio ejerciendo labores en todos los puestos de la cadena de producción. Su capacidad para finalizar rápidamente los proyectos en los que se ve envuelto le hacen ganarse una buena reputación. Antes de iniciar el ciclo *gimmick* (1958-1961) dirige 39 películas desde 1943 a 1956, todas ellas de complemento o destinadas a cines de barrio. Tras este periodo en Hollywood se refugia en la pequeña pantalla y participa en siete series de televisión.

En 1967 llega a sus manos una copia de *Rosemary's Baby* de Ira Levin, incluso antes de que se publicara, haciéndose con los derechos, pero en la negociación con Paramount se niegan a que él la dirija. La propuesta de la compañía es un joven Roman Polanski que en aquel momento ya había dirigido películas como *Cuchillo en el agua* (*Nóz w wodzie*, 1962) y *Repulsión*

(*Repulsion*, 1965). La carrera como realizador de Castle se extiende hasta 1974 con películas de bajo presupuesto que no tienen la misma repercusión que las producidas para el ciclo *gimmick*.

El éxito del ciclo de películas de terror truculentas se debe a dos motivos connaturales a la historia del cine. El primero es fruto de las innovaciones tecnológicas de la industria que tienen lugar hasta la década de los cincuenta. El fracaso de algunas tecnologías, como el 3D, hacen que la industria apueste por soluciones inmersivas mucho más económicas. Y, en segundo lugar, este utiliza “técnicas teatrales que se habían desarrollado desde los inicios del cine y capitalizado en desarrollos como la saturación de la promoción” (McKenna, 2018, p. 58), aspectos que se analizarán en este artículo.

Metodología

Para el estudio de la inmersión cinematográfica de bajo presupuesto, entendiendo el cine inmersivo como aquel que representa un nuevo conjunto de criterios tecnológicos y estéticos donde la experiencia sensorial absorbente y la sumersión física del espectador dentro del medio son de suma importancia. Se ha elegido una metodología basada en el estudio de caso, que puede ser descriptivo y exploratorio, perteneciente al paradigma cualitativo a partir del análisis de contenido, concretamente a través del análisis textual. Los documentos visuales que serán objeto de análisis pueden reconocerse como relatos audiovisuales narrativos o discursos audiovisuales, conocidos, también, como hechos filmicos. No obstante, en esta investigación se tendrán en cuenta, asimismo, los hechos cinematográficos que rodean a la producción, distribución y exhibición de las películas propuestas.

El estudio de caso está focalizado en el ciclo *gimmick* del realizador y productor estadounidense William Castle. Dicho análisis se realizará en dos vertientes. En primer lugar, poniendo de relieve el factor promocional como elemento preinmersivo en dos de las películas que componen dicho ciclo y, en segundo lugar, las propuestas inmersivas de bajo presupuesto de Castle: Emergo en *The House on Haunted Hill* (1959), Percepto en *The Tingler* (1959), e Illusion-O en *13 Ghosts* (1960).

Se realiza igualmente una revisión bibliográfica especializada en la evolución de las tecnologías en la exhibición cinematográfica a través de referencias bibliográficas, artículos y estudios dedicados a la producción de estos contenidos en un contexto histórico con el que se procederá a realizar un estudio sobre la evolución del cine preinmersivo hasta el estreno del ciclo *gimmick* de William Castle, que abarca desde 1958 a 1961.

También se realiza una búsqueda hemerográfica de fuentes primarias, como el material promocional de estas películas y la documentación técnica relacionada, en la que se especifican las instrucciones de uso y montaje de los equipos y la metodología a utilizar para conseguir la experiencia deseada para el público que asistía a estas proyecciones. Entre las fuentes primarias revisadas están las películas analizadas y la autobiografía del propio William Castle.

Los estudios sobre los orígenes del cine inmersivo nos proporcionan las bases de las primeras experiencias que buscan atraer al público a través de las innovaciones que tratan de impresionar a la audiencia e inducir a esta a que forme parte, en mayor o menor grado, del relato de lo que está sucediendo en pantalla. Para ello se tendrán en cuenta los estudios de Gunning (2000) sobre la función del creador y la vertiente de *showman* que estos adquieren en McKenna (2018), la idea de cine como espectáculo en la irrupción de las novedades tecnológicas en Quintana (2011), la idea de cine como artificio en Ndalianis (2000), el aumento de la pantalla y las mejoras sonoras en la exhibición cinematográfica en Christie (2019) o la narración como realidad virtual de Ryan (2004).

Contexto histórico-tecnológico del cine hasta la década de los sesenta

En 1793, Paul Philidor, el inventor de las fantasmagorías, el entretenimiento visual más elaborado con la linterna mágica, hacía la siguiente afirmación: “no pretendo ser ni sacerdote ni mago; no tengo ningún deseo de engañarte; pero sé cómo asombrarte” (en Gunning, 2000, p. 318). Durante el siglo XIX, una serie de tecnologías basadas en la visión habían alcanzado una gran popularidad entre la sociedad del momento. Como afirma Carmona,

“la imaginación mecanicista del siglo diecinueve creó máquinas para viajar, máquinas para el trabajo, máquinas para el hogar, y, en el mismo proceso, máquinas para la diversión” (1998, p. 39). El historiador americano Charles Muzzer declaraba que “no hay una historia del cine que comienza, por ejemplo, en 1896 en el Gran Café, sino una historia de las imágenes proyectadas, que se remonta en Occidente a mediados del siglo XVII y de la cual la invención del cine constituiría tan sólo una etapa” (en Burch, 1999, p. 100).

No hay que obviar que muchos de los pioneros estaban familiarizados con el mundo de la fotografía y de las linternas. Lo que sí se consiguió a finales del siglo XIX fue la manipulación de las imágenes para hacerlas más intensas y emocionantes, ya sea mediante la adición de movimiento, color, tridimensionalidad o iluminación intensa. La búsqueda de “imágenes animadas” durante un siglo revela la imbricación del cine dentro de nuevas experiencias de tecnología, tiempo y representación visual (Gunning, 2000, p. 318). Como apunta Ryan, el cine se convertía en un sueño virtual (2004, p. 63).

Para Quintana, “durante el XIX una serie de espectáculos mágicos trasladaron determinadas aplicaciones del conocimiento científico hacia los sistemas propios de la ilusión espectacular” (2011, p. 19). Se buscaba la construcción de experiencias sensoriales grandilocuentes, donde se representará un reencantamiento simultáneo del espacio teatral y la racionalización del espectáculo cinematográfico. Recuber plantea una diferenciación entre el cine de atracciones y el cine inmersivo (2007, p. 320). El primero de ellos está asociado con pioneros de los efectos especiales, como George Méliès, mientras que el segundo va ligado a lo que Ndalians define como aquellos que “centran la atención de nuevo en el artificio de sus mundos, evocando en nosotros estados de deleite que nos atraen hacia la atracción a través de su actuación” (2000, p. 258). La realidad tecnológica permitía una inmersión en el espacio vivido del teatro y había una inmersión física del espectador dentro del medio. Como afirma Ryan en relación con el cine, después de hacer un análisis de la inmersión en el teatro:

Las películas son el medio más inmersivo de la cultura contemporánea.
Hasta que la RV se perfeccione y esté ampliamente disponible, nin-

guna otra forma de representación va a poder aproximarse a su habilidad para combinar la extensión espacial y la riqueza de detalles de las películas con la temporalidad, el poder narrativo, la movilidad referencial (la posibilidad de desplazarse por el tiempo y el espacio) y la fluidez general del lenguaje. (2004, p. 151)

Para Williams y Mascioni, la primera de estas experiencias de simulación inmersiva llegó con la utilización de la sala de cine oscilante de Robert Paul. Por lo general, el contenido de la película para estas experiencias consistía en vehículos en movimiento, como un tren o un tranvía, conocidos como *Phantom Ride* (2014, p. 33). Los autores también mencionan la fórmula del *Hale's Tour* de George C. Hale, que ofrecía a una audiencia de setenta y dos personas un viaje en tren simulado (2014, p. 33). Eran una cadena de teatros con forma de vagones de ferrocarril en los que los espectadores veían diarios de viaje registrados desde vehículos en movimiento para simular un viaje real en tren (Recuber, 2007, p. 316). Según Quintana, estos *tours* se pusieron de moda entre 1904 y 1907 y fueron todo un éxito en la Exposición Universal de St. Louis de 1904 (2011, p. 29), llegando a alcanzar unas quinientas instalaciones en todo Estados Unidos en 1907 (Williams y Mascioni, 2014, p. 33).

En un intento por continuar con la sensación de movimiento, surgieron nuevos formatos de cine inmersivo; por ejemplo, el Cinéorama del francés Raoul Grimoin-Sanson, presentado por primera vez en la Exposición Universal de París (1900); el Vitarama, que se experimentó en la Feria de Nueva York en 1937; y su sucesor, el Cinerama (1952), que ofreció una imagen panorámica verdaderamente inmersiva, creada por tres proyectores. Sin embargo, estos no se aseguraron un nicho permanente en la economía del entretenimiento, al igual que pasó con otros formatos de pantalla grande de la década de 1950, como VistaVision y Todd-AO, que fracasaron de manera similar. Pero el nuevo énfasis en la experiencia inmersiva, derivado de una pantalla ampliada, centró la atención en un aspecto fundamental del rendimiento de las pantallas (Christie, 2019, p. 77), donde “el público, así rodeado de imágenes y sonidos, se sentía parte del espacio representado en la pantalla” (Belton, 1992, p. 154).

La década de los cincuenta marcó el comienzo de un período de agitación en el cine estadounidense. Fue la “época en la que reinaba una obsesión generalizada, aunque bastante superficial, por la expansión de las dimensiones de la percepción” (Ryan, 2004, p. 79), caracterizada por la experimentación con tecnologías como las pantallas panorámicas, el 3D o el sonido estereofónico (Rogers, 2019, p. 82). Lo efímero de estos sistemas se debió, sobre todo, a los altos costes de producción y a la necesidad de adaptar los cines a este sistema de proyección con un coste elevado. Muy poco después llegó el Cinemascope (1953), que “triunfó entre sus competidores, debido a su bajo coste” (Christie, 2019, p. 77). Incluso, destronó los primeros intentos de inclusión del 3D en las salas de cine. Según Quintana, “la inmersión más importante llevada a cabo por la industria de la exhibición ha sido la de las proyecciones estereoscópicas mediante la tecnología 3D y el uso de las gafas polarizadas” (2011, p. 25). La primera de estas películas fue *Bwana Devil* (Arch Oboler y Robert Clampett, 1952) con el sistema Natural Vision. Un film independiente que consiguió en una semana de funcionamiento, y en una sola pantalla, US \$100.000 dólares de facturación (Barnier y Kitso-panidou, 2015, p. 138). Los estudios buscaron rápidamente replicar el éxito comercial de *Bwana Devil*. Warner, United Artists, Allied Artists y Columbia adoptan el sistema Natural Vision. El resto de los estudios optaron por fabricar sus propias unidades de filmación 3D, a menudo modeladas a partir de sistemas que competían con Natural Vision. Inmediatamente se anunciaron proyectos de películas en 3D (pp. 139-140). Es de destacar la primera gran película de estudio filmada en 3D: *House of Wax* (André De Toth, 1953), una costosa y lujosa nueva versión en Technicolor de *Mystery of the Wax Museum* (Michael Curtiz, 1933) (Leeder, 2018, p. 93). Para que se produjera este tipo de explotación de 3D, los exhibidores tuvieron que esperar a que se introdujera un sistema económico de proyector único de 3D a través del proceso Moroption en 1954 (Heffernan, 2004, p. 18).

Hubo otros intentos de desdibujar la línea entre el espacio de la pantalla y el espacio del teatro que tuvieron menos éxito, pero que posteriormente influirían en el desarrollo del 4D. En 1959, el Aroma Rama y Smell-O-Vision se introdujeron en teatros selectos, pero ninguno proporcionaba la rápida evaporación de los olores y, al final, el cine olía como un vertedero de basura (Recuber, 2007, p. 318).

En lo que respecta a la audiencia, a grandes rasgos, el cine fue considerado como el “teatro de los pobres”, pues atraía al bajo pueblo a los centros urbanos (Burch, 1999, p. 59). En Francia, por ejemplo, era considerado la diversión de la multitud, frente al teatro, que mantenía la palabra, el relieve y la puesta en escena, más interesante para las clases medias-burguesas. Sin embargo, en Estados Unidos hubo una actitud un tanto contraria, acelerando el aburguesamiento de los contenidos, así como la edificación del Modo de Representación Institucional (Burch, 1999, p. 76). Según Palacio, en Estados Unidos los trabajadores e inmigrantes fueron los que constituyeron el núcleo inicial del primer auge cinematográfico (1998, p. 224). Pero los productores diversificaron su oferta y los exhibidores programaron para satisfacer tanto al grupo principal como al resto de nichos de mercado (p. 225). Es por este motivo que se podían encontrar películas de alto y bajo presupuesto.

El ciclo *gimmick* de William Castle como objeto de estudio

Para llenar el hueco de las películas de bajo presupuesto nos encontramos a figuras como Castle, que intentaron sacar beneficio de ese nicho de producción. Este, junto con el novelista Robb White, crearon Susina Associates para la producción de cinco películas con presupuestos entre US \$100.000 y los US \$300.000 dólares (Heffernan, 2004, p. 96): *Macabre* (1957), *House on Haunted Hill* (1958), *The Tingler* (1959), *13 Ghosts* (1960) y *Homicidal* (1961). Estas cinco producciones componían el ciclo *gimmick* de William Castle. La empresa tuvo su sede central en las oficinas de Bel-Air Productions, una pequeña productora con grandes posibilidades para la distribución de películas. Por un lado, había estado distribuyendo cintas de género a través de United Artists y, por otro, el presidente de la compañía, Edwin Zabel, era también vicepresidente de la gran cadena de salas de cine National Theater y gerente de la cadena Fox West Coast Theaters, por lo que la distribución y el estreno de esas cinco películas estaban garantizados (Heffernan, 2004, p. 96).

La presencia de Castle iba desde la creación y promoción de los filmes hasta su asistencia como maestro de ceremonias en sus películas. Las

pertenecientes a este ciclo contaban con un importante aparataje de promoción, desde pólizas de seguro hasta el anuncio de la tecnología implementada tanto en el rodaje como en el visionado. Castle ponía en práctica todos los elementos, con el *showman* multifocal como parte de la experiencia cinematográfica. Así, “el material promocional lo suministraba el estudio, el texto unitario del cual la película solo era una parte se convirtió en cosa del pasado, y las habilidades teatrales de los exhibidores se marchitaron” (McKenna, 2018, p. 60).

En la promoción de *Macabre*, “Castle se dejó llevar tanto por la promoción que llegó en un coche fúnebre a algunos de los estrenos e hizo su entrada saliendo de un ataúd. ¿No era esto lo último en autoría?” (Waters, 2003, p. 15). Eso define a un tipo de autoría dentro de la industria que conoce a su audiencia, siendo esta la clave para que Castle pudiera desarrollar sus estrategias. “El talento para el espectáculo de Castle combinó trucos nuevos y viejos, fue divertido y aterrador, fue multicapa y multifocal; fue una puesta en abismo del oficio de *showman*” (McKenna, 2018, p. 67). Podemos dividir este ciclo en dos bloques: aquellos films que ponían en situación al espectador sin elementos inmersivos en sala y los que sí utilizaban dichos elementos.

La promoción como inmersión

La primera película del ciclo *gimmick* fue *Macabre*, un relato de entierro prematuro inspirado en *Las diabólicas* (*Les diaboliques*, 1955) de Henri-Georges Clouzot. El guion corrió a cargo de Robb White, adaptado de la novela *The Marble Forest* de Theo Durrant.⁵ La película relata el devenir del doctor Rodney Barret (William Prince) en busca de su hija, presuntamente enterrada viva por un perturbado. Aunque, en realidad, él se ha inventado toda la situación para que a su suegro le dé un ataque al corazón y pueda heredar. Quizás lo más importante de esta producción no sea tanto la trama como las maniobras de mercadeo elaboradas por el propio Castle. En este caso, era una póliza de vida por parte de la aseguradora londinense Lloyd para la audiencia de la sala durante la proyección de la película, por si ha-

⁵ Seudónimo utilizado por los doce autores que llegaron a colaborar en la escritura del relato (Kattelman, 2018, p. 101).

bía casos de “muerte por susto”, por un valor de US \$1.000 dólares. Al inicio de la película, mientras se realiza un primer plano de un reloj de pared, se oye la siguiente narración:

Damas y caballeros. Durante la próxima hora y quince minutos se le mostrarán cosas tan aterradoras que la dirección de esta sala está profundamente preocupada por su bienestar. Por eso, solicitamos que cada uno de ustedes asuma la responsabilidad de cuidar a su prójimo. Si alguien cerca de usted se asusta de manera incontrolada, notifíquelo a la gerencia para que la atención médica pueda acudir en su ayuda. Por favor, pongan sus relojes en hora.

Esta presentación complementaba la agresiva campaña de publicidad, tanto en la cartelería dedicada a promocionar el film como en la puesta en escena que se encargaba a los exhibidores de cara a la proyección de la película. En la página 5 del *pressbook* de la película se indicaba la siguiente recomendación:

¡Para una sorpresa de lo más inusual en el vestíbulo, utilice un maniquí de unos grandes almacenes, de hombre o mujer, y un ataúd real! Coloque el “cuerpo” en el ataúd e ilumine la pantalla con un espeluznante foco verde. Para aumentar su eficacia, compre o pida prestada una máscara de terror (no caricaturesca), sino una máscara con rasgos horribles y colóquela sobre la cara del maniquí. Esta puesta en escena se podía secundar con otros consejos: aparcarse una ambulancia delante de la sala, añadir una falsa enfermera con un falso dispensario o incluir en las sesiones de estreno a personas que griten en la sala en determinados momentos.

Para Kattelman, el hecho de ofrecer una póliza de seguro, a pesar de la estructura lineal de la película, era una manera de romper la cuarta pared (2018, p. 110): “con la póliza de seguro de muerte por susto creó un paralelo directo entre el mundo de la película y el mundo real” (p. 111), uniendo el sufrimiento del suegro a través del sonido recurrente de unos latidos de corazón y mostrando de manera repetitiva un reloj que marca la cuenta atrás por la vida de la niña. Los espectadores tenían presente ese tiempo, porque era el que les cubría el seguro. Además, con la narración inicial, el público tenía que cuidar de su vecino de butaca, por si sufría algún tipo de percance mientras duraba la proyección.

Existía un condicionamiento previo que iba más allá de la publicidad convencional, un soporte en la narración inicial y final, de manera visual y sonora: “su refuerzo asincrónico del ‘peligro’ potencial de la película aumentó la anticipación de la audiencia” (Kattelman, 2018, p. 113). Podemos considerar que el condicionamiento de la promoción y la póliza de seguros eran una forma pretendida de inmersión, aunque fuera extradiegética. El *gimmick* de esta película tuvo el efecto deseado, pues la película costó US \$90.000 dólares y recaudó US \$500.000 (Castle, 1976, p. 160), lo cual llamó la atención de Allied Pictures, que quería que Castle hiciera una película con las características.

La última película del proyecto conjunto con Robb White fue *Homicidal*. Inspirada en el clásico de terror *Psicosis* (*Psycho*, 1960) de Alfred Hitchcock, que también utilizó su propio truco para esta producción: no dejar entrar a la sala una vez empezada la película. *Homicidal* nos narra la historia de una mujer asesina en un pequeño pueblo de California. Pone de manifiesto los problemas de identidad de género que tiene el/la protagonista al haber nacido físicamente como hombre, pero albergando en su interior a una mujer. Warren/Emily, interpretados por Jean Arless, está en mitad de una furia asesina causada por las imposiciones patriarcales del pasado. En la recta final del relato, cuando la heroína de la película se acerca a la casa de el/la asesino/a, aparece el momento escalofriante (*fright break*) de este film: superpone un cronometro a la imagen de la película, mientras suenan latidos de corazón y el director insiste en que no hay marcha atrás. Waters describe la situación de la siguiente manera:

Cuando se anunciaba el *Fright Break* y te dabas cuenta de que no podías más, te tenías que levantar de tu asiento y, frente a toda la audiencia, seguir unos pasos amarillos que había en el pasillo, bañados por una luz amarilla. Antes de llegar al Coward’s Corner, cruzabas unas líneas amarillas con el siguiente mensaje estampado: ‘Los cobardes siguen caminando’. Pasabas por delante de una enfermera... que ofrecería una prueba de presión arterial. Mientras tanto, una grabación sonaba a todo volumen: ‘¡Cuidado con el gallina! ¡Míralo temblar en el Coward’s Corner!’ Mientras la audiencia aullaba, tenías que pasar por una última indignidad: en el Coward’s Corner te obligaban a firmar una tarjeta amarilla que decía: ‘Soy un auténtico cobarde’. (2003, p. 19)

Se trata de un tipo de inmersión participativa y entre la audiencia tiene que haber alguien que secunde el juego propuesto por Castle para desarrollar el truco al completo.

Resultados: Emergo, Percepto e Illusion-O

Históricamente, la exhibición cinematográfica estuvo subrogada a las atracciones, distracciones, artilugios y concesiones, “lo que se publicitaba en los carteles de estreno eran el Cinematógrafo, el Biograph o el Vitascope” (Gunning, 1986, p. 66). Castle utiliza la técnica de vender la supuesta novedad tecnológica por encima del texto visual: Emergo en *The House on Haunted Hill*, Percepto en *The Tingler* e Illusion-O en *13 Ghosts*.

Emergo

La segunda película del ciclo *gimmick* es *The House on Haunted Hill*, protagonizada por Vincent Price. La trama consiste en un grupo de personas que es convocada por un rico excéntrico en una casa en la que han tenido lugar una serie de asesinatos. El filme se inicia con unos gritos de diferentes personas y a continuación se relata, a través de un rápido resumen en primera persona, la sangrienta historia de la casa por parte de un desquiciado Watson Pritchard (Elisha Cook Jr.) con el rostro y la voz de Vincent Price flotando en medio de la escena y dirigiéndose directamente a la audiencia. Una invitación, a modo de apelación, dirigida al público de la sala, y no a los invitados en la ficción:

He alquilado *The House on Haunted Hill* esta noche para que mi esposa pueda dar una fiesta. Una fiesta en una casa embrujada. Habrá comida y bebida, fantasmas y tal vez, incluso, algunos asesinatos. Están todos invitados. Si alguno de ustedes pasa las próximas doce horas en esta casa, les daré diez mil dólares a cada uno o a su pariente más cercano, en caso de que no sobrevivan. Ah, pero aquí vienen nuestros otros invitados.

Frederick Loren, personaje interpretado por Price, impele a los espectadores a ser parte de una fiesta en la que él es el maestro de ceremonias, actuando como alter ego de Castle. De los cinco invitados, “nuestros otros invitados”, como anuncia el director, destaca el personaje interpretado por Elisha Cook Jr., familiar de una de las personas asesinadas en ese edificio;

el rico excéntrico, por Price; Annabelle Loren, esposa del millonario, por Carol Ohmart; y Nora Manning, una joven sensible que será objeto de la gran mayoría de los sustos de la película, por Carolyn Craig.

En la recta final, una vez se han revelado las intenciones de los personajes, Annabelle Loren planea asesinar a su marido con la ayuda de uno de los invitados, el Dr. Trent (Alan Marshal). Pero el millonario se da cuenta y asesina al amante de su mujer. Es en ese preciso momento cuando aparece el truco de la película, el que da nombre al sistema con el que presuntamente se ha filmado esta producción, Emergo. En la pantalla vemos como desde un pozo de ácido, situado en el sótano de la mansión, surge un esqueleto que se dirige hacia la joven desvalida. Pero en la sala de cine sucede lo siguiente: “cada teatro estaba equipado con una gran caja negra instalada junto a la pantalla. En un punto designado de la película, las puertas de la caja se abrían repentinamente y un esqueleto de plástico de tres metros y medio se iluminaba y se acercaba a la audiencia en un cable en dirección a la cabina de proyección” (Waters, 2003, pp. 15-16).

Para Brottman (1997, p. 4), el Emergo es un espectáculo de carácter extradiegético derivado del 3D, que no prosperó como innovación del cine-espectáculo. Sin embargo, el truco aparece en un emplazamiento muy concreto relacionado con lo que sucede en la pantalla. En el desenlace del film se nos muestra cómo maneja Loren el esqueleto, como si fuese una marioneta con un artilugio de su invención. Una puesta en abismo que sigue reforzando la idea de trasladar a la sala aquello que sucede en la pantalla y reafirma la dualidad Price/Castle.

Percepto

Con *The Tingle*, Castle procura transmitir unas sensaciones que nos sitúan en los inicios de la visualidad háptica. Definida como “una sensación de contacto físico o ser tocado engendrada por una organización de la imagen de la película en la que su presencia material se destaca y que evoca un compromiso cercano con el detalle y la textura de la superficie” (Kuhn y Westwell, 2012, p. 201). Laura Marks redefine la experiencia como visualidad táctil que “invita al espectador a responder a la imagen de una manera ínti-

ma y encarnada”, con el fin de “facilitar también la experiencia de otras impresiones sensoriales. Estas experiencias sensoriales no están separadas” (2000, p. 2). En todas estas películas las experiencias están vinculadas a la narración del relato. Pero no fue hasta el estreno de *The Tingler* cuando el espectador pudo experimentar el visionado a través de lo háptico como experiencia intrínseca.

Tras la preceptiva presentación del director sobre la sensibilidad del espectador al visionado de la película, esta finaliza con la siguiente advertencia: “Un grito en el momento adecuado puede salvarte la vida”. En ella, el protagonista Warren Chapin (Vincent Price) es un científico que desarrolla un estudio poco ortodoxo sobre el efecto del miedo en los seres humanos. Tras hacer una autopsia a un reo que ha sido ejecutado en la silla eléctrica se da cuenta de que el cadáver tiene el cuello roto. En la sala de autopsias conoce al cuñado del ejecutado, Ollie Higgins (Phillip Coolidge), con el que comparte sus investigaciones y entabla amistad. Cuando Chapin acerca a Ollie a su casa se entera de que este regenta, junto con su mujer sordomuda, Martha Ryerson (Judith Evelyn), una sala de cine en la que solo se proyecta cine mudo. En la siguiente escena, en casa de Chapin, aparece la esposa del científico, Isabel (Patricia Cutts), quien menosprecia tanto a su marido como su trabajo. Chapin le da un susto de muerte. Ella se desmaya y el científico aprovecha para hacerle unas radiografías de la espalda. Estas muestran una entidad que aparece en la espalda y le provoca un miedo extremo.

A partir de este momento, la película adquiere un rumbo inesperado. David (Darryl Hickman), ayudante de laboratorio de Chapin, consigue LSD para las investigaciones de su jefe y se inyecta para ver las reacciones que le provoca. Cuando está atenazado por las visiones inducidas por el ácido lisérgico, grita, y la tensión acumulada desaparece. Se da cuenta de que la acción de externalizar el miedo es una cura en sí misma. Como parte de la investigación, el doctor, dentro de su experimento, inyecta una dosis a Martha, la mujer sordomuda. Esta empieza a ver personas con la cara deformada. En una escena se muestra una bañera llena de sangre, con un color muy vivo, aunque la película es en blanco y negro. La mujer muere al no

poder gritar. El marido llama a Chapin y este extrae del cuerpo de la víctima una especie de escolopendra gigante (el *tingler*) y lo exhibe. Tras un par de momentos en el que ese ser pone en peligro al científico, Chapin y su ayudante llegan a la conclusión de que el responsable de la muerte es Ollie.

Para Heffernan, lo que sucede a continuación está pensado para que la audiencia lo experimente en primera persona (2004, p. 98). El *tingler* llega a la sala de cine, se arrastra entre las filas de butacas hasta que empieza a reptar por la pierna de una mujer y esta empieza a gritar. De manera paralela, Chapin para la película que se está proyectando, *Tol'able David* (John G. Blystone, 1930), aunque queda en el aire si el film que se deja de proyectar es *The Tingler*. En ese momento tiene lugar “un interludio puramente extracinematográfico” (Leeder, 2018, p. 90) y entran en juego todos los trucos que Castle ha preparado para la película, con motores vibradores instalados debajo de algunas de las butacas de la sala, juegos de iluminación, sonido envolvente y una especialista que se desmaya en la sala. Todo viene guionizado en *The Percepto Manual for The Tingler. What to do and how to do it* (1959). La pantalla se va a negro y se oye la voz de Chapin/Price decir: “Damas y caballeros, no hay motivo de alarma. Una joven se ha desmayado. Está siendo atendida por un médico y está bastante bien. Así que por favor permanezcan sentados. La película comenzará de nuevo de inmediato. Repito, no hay motivo de alarma”.

Mientras en la sala, de manera sincronizada, una actriz pagada se desmayaba, otro par de especialistas disfrazados de enfermeros la sacaban del teatro⁶. En ese preciso momento, la pantalla se va a negro, se encienden las luces de la sala y se activa el sonido envolvente, todas las bobinas, a excepción de la 5A, contienen un sonido óptico monoaural estándar. La película prosigue con el *tingler* atacando al proyccionista de la sala y el filme que se está proyectando se desintegra. Lo siguiente que vemos en la pantalla es la sombra chinesca de una la alimaña reptando. En ese momento se vuelve a oír la voz de Price: “¡Señoras y señores, por favor, no entren en pánico! ¡Pero griten! ¡Griten por sus vidas! ¡El *tingler* está suelto en este teatro!” La pantalla se va a negro durante 20 segundos y, en ese momento, el opera-

⁶ Seguramente esto solo sucedía en salas de cine con recursos o solo el fin de semana del estreno.

dor empieza a activar los motores que hay debajo de las butacas. Y vuelve activarse el sonido envolvente mientras se oye la voz de Price decir: “¡Griten! ¡Sigán gritando! ¡Griten por su vida! ¡Cuidado, está debajo del asiento! ¡Está aquí! ¡Está sobre mí, está sobre mí!”. Una vez finalizado el peligro, se anuncia: “El *tingler* ha sido paralizado por sus gritos. Ya no hay peligro. Ahora retomaremos la proyección de la película”.

Chapin y Ollie capturan al *tingler* y lo encierran en el cartucho donde se transportan las bobinas. La película acaba con Chapin volviendo a introducir el *tingler* en el cuerpo de Martha y con Ollie en la silla eléctrica. Pero Castle guarda una sorpresa final para el público, tal como indica el manual, pues, justo cuando el cadáver de Martha parece volver a la vida gracias a la fuerza del *tingler*, los vibradores son activados hasta el final del metraje del film.

Hay una experiencia cinematográfica de carácter extradiegético, los trucos no tienen que ver con el desarrollo narrativo del filme. Sin embargo, la experiencia vinculada al visionado del filme, en condiciones óptimas, sigue el guion aportado en el manual. En su experiencia personal, Waters apunta que en cada sala tan solo había unos cuantos motores conectados (2003, p. 17).

Illusion-0

En 1960 se estrena *13 Ghosts*, la última película del ciclo *gimmick*, con un tono más cercano a la comedia de terror. Al igual que sucede en *The House on Haunted Hill*, es una revisión de los típicos cuentos de fantasmas en los que una familia se va a vivir a una casa habitada por seres del más allá. La trama cuenta las desventuras de la familia Zorba, que se halla en bancarrota. El día del cumpleaños de Buck (Charles Herbert), hijo menor de la familia y ávido lector de relatos de fantasmas, sopla las velas de la tarta deseando tener una casa propia. Al momento suena el timbre del domicilio y aparece una persona que les dice que han heredado la mansión del tío de Cyrus (Donald Woods), el *pater familias*. La vivienda tiene como característica principal que en ella habitan 13 fantasmas, ya que el anterior propietario era un entusiasta de lo paranormal y coleccionaba entes del más allá.

Los 13 fantasmas no son un misterio y son presentados en los créditos iniciales de la película. Al inicio del filme, Castle vuelve a ejercer de maestro de ceremonias dirigiéndose al público y explicando el uso del visor de fantasmas:

Quando entren, se les dará un visor fantasma especial. Así (muestra el visor que se va a utilizar durante la película, con una franja superior roja y una inferior azul) Y así es como funciona. ¿Quiere cambiar el color de la pantalla (la pantalla adquiere un tono azulado)? Solo debe usarlo cuando la pantalla cambie a este tipo de color azulado. Levanta el visor sobre tus ojos y mira la pantalla a través de él. Si cree en fantasmas mire por la parte roja del visor. Si no cree en fantasmas mire por la parte azul.

En esta presentación, Castle marca las reglas del juego para disfrutar de la película con la participación del público: en primer lugar, apelando a las creencias de este, rompe la cuarta pared. En segundo lugar, la experiencia de la película vendrá determinada por dicha creencia. La experiencia varía en función del uso del visor. Bessette apunta que se trata de “una forma de juego de espectador que ofrece visión contrafactual de la película” (2018, p. 116).

Al igual que en *House on Haunted Hill* o *The Tingler*, el truco de Castle tiene un enclave con lo que está sucediendo en la película. El tío de Cyrus les ha dejado en herencia unas gafas especiales para poder ver los fantasmas. Esto sucede en ocho momentos en los que alguno de los protagonistas se pone esas lentes, en los que la pantalla se tiñe de azul, que es cuando el espectador debe de utilizar el visor de fantasmas si lo desea⁷.

El truco del visor se remonta a 1850, con un sistema inventado por W. Rollman y J. Ch. D’Almeida que permitía a varias personas ver imágenes diferentes en función del color del visor a través del cual observarían la imagen (Winston, 1996, p. 110). En el ámbito cinematográfico podemos hallar un sistema similar que permitía cierta interactividad, de modo

⁷ Existe otra indicación textual sobre el uso de las gafas, justo antes de que la pantalla se tinte de azul aparece el subtítulo “usar visor” y, posteriormente, “quitar visor”.

tal que, “al mirar a través del cristal rojo, el espectador veía una escena diferente a la que veía al mirar por el lado verde. El propio espectador podía decidir si quería un final feliz cerrando el ojo izquierdo o el derecho” (Limbacher, 1978, p. 141).

El resultado final de la experiencia recae en las creencias del espectador, por ello, “el truco no era solo superfluo. Illusion-O es esencial para la experiencia de la película, al igual que los modos dicotómicos de ver y no ver, creer y no creer, son esenciales para la trama” (Bessette, 2018, p. 119).

Discusión y conclusiones

Se pueden considerar los sistemas Emergo, Illusion-O y Percepto como los antecesores del cine multisensorial o 4D. En apoyo de esta consideración, Barnier y Kitsopanidou apuntan a *The Tingler* como el origen del 4D, en el que se colocaron en los asientos “vibradores, que se usaban para descongelar las alas de los aviones” (2015, p. 22). Así es posible valorar los intentos promocionales de Castle como una preinmersión, que consistía en poner en situación a los espectadores antes de asistir a la proyección de la película. Tal como se apuntaba anteriormente con Belton, la intención era que el público formara parte de la imagen mostrada en la pantalla.

Desde la obra de Castle se implementa la sincronización entre lo que sucede en la pantalla y en la sala, la vibración, uso de sonido estereofónico y la iluminación de la sala. Es una tecnología destinada al entretenimiento originario de los parques temáticos que se está reconvirtiendo para ofrecer una experiencia completa al espectador de salas de cine. El artificio, como indicaba Ndalians, era la parte central de la atracción. Y si bien no fueron las únicas herramientas utilizadas por Castle, este director y productor buscaba crear un condicionamiento en el espectador a través de la promoción de sus películas. Posiblemente ese sea el primer paso para crear un efecto preinmersivo.

La línea entre Philidor y Castle es directa. Se podría remontar a la de las tribus que contaban historias de terror aleccionadoras alrededor de una fogata. La oscuridad y el fuego fueron, posiblemente, la primera inmersión

requerida para un tipo de narración muy concreta. Castle recogía la herencia, no solo tecnológica, de los contadores de historias buscando que la audiencia experimentara la narración más allá del mero hecho pasivo. Para Castle, no solo importaba cómo se cuenta, pues la manera de vender el relato formaba parte del hecho mismo de contarlo. Le daba importancia a la puesta en escena en salas, en un periodo de constante evolución tecnológica donde la experiencia de la audiencia también se veía condicionada por este hecho. Como afirma Leeder, durante los primeros 25 años de imágenes en movimiento proyectadas, desde 1895 hasta 1920, la película individual tuvo poca importancia y se daba mayor relevancia a los programas que garantizaran un mayor tiempo en el auditorio (2018, p. 60). En cuanto a los operadores de autocines de la década de 1950, estos “se dedicaron a vender una noche de diversión en la que la película que se proyectaba era solo una parte, y no necesariamente la más importante” (Schaefer, 1999, p. III).

Los sistemas Emergo, Percepto y Illusion-O fueron parte de esa tradición de las tardes de diversión con trampantojo tecnológico. La experiencia del visionado formaba parte del espectáculo cinematográfico, en el que se relacionaron, siempre en la medida de lo posible, la diégesis del relato cinematográfico con la vivencia que se buscaba provocar en un espectador receptivo a los trucos propuestos por William Castle. Posiblemente en su momento no fuese más que un remedio al fracaso de la tecnología 3D. Pero la perspectiva actual, con un crecimiento de salas 4D, sitúa el ciclo *gimmick* no como una salida para rentabilizar películas de bajo presupuesto, sino como una experiencia preinmersiva que propuso otro tipo de relación entre el autor y el espectador.

Este ciclo de películas nos sirve de ejemplo de la constante investigación de la industria en pos de la mayor experiencia cinematográfica posible, poniendo cada vez más en el centro al espectador. Y si bien los sistemas 4D ya nutren a la audiencia de diferentes estímulos: agua, aromas, aire, humo, etc., partiendo de los trucos de Castle, el cine en 4D ha extrapolado con técnicas más refinadas el uso de la iluminación, movimiento de butacas, sonidos envolventes, como en *The Tingle*, mientras que la aparición corpórea de un esqueleto ha pasado a ser un 3D mucho más definido. Otro aspecto sería el uso de una interfaz, como en *13 Ghosts*, próxima a las nuevas gar-

fas de realidad virtual, que permiten al espectador tomar una decisión en función de sus creencias o de cómo ver esa película. Partiendo de los desarrollos de Castle, la inserción de hologramas con elementos que salen de la pantalla, trajes que aumentan las sensaciones del espectador, guantes que permiten sentir las texturas de lo que aparece en pantalla o, incluso, que el espectador quede suspendido en el aire, parecen inevitables, al igual que un tipo de cine que necesita de estos estímulos para ser contado.

Referencias

- Allied Artists Pictures Corp. (1958). *Macabre Pressbook*.
- Barnier, M. y Kitsopanidou, K. (2015). *Le cinéma 3-D. Histoire, économie, technique, esthétique*. Armand Colie.
- Belton, J. (1992). 1950s magnetic sound: The frozen revolution. En Altman, R. (ed.), *Sound theory sound practice* (pp. 154-167). Routledge.
- Bessette, E. (2018). *How to view 13 Ghosts*. En Leeder, M. (ed.), *ReFocus: The films of William Castle* (pp. 115-136). Edinburgh University Press.
- Brottman, M. (1997). Ritual, tension and relief: The terror of *The Tingler*. *Film Quarterly*, 50(4), 2-10. <https://doi.org/10.2307/1213440>
- Burch, N. (1999). *El tragaluz del infinito*. Cátedra.
- Carmona, R. (1998). De los orígenes de la fotografía a la factoría de Edison. El nacimiento del cine en los Estados Unidos. En Talens, J. y Zunzunegui, S. (eds.), *Historia general del cine*. Vol. I: *Orígenes del cine* (pp. 39-78). Cátedra.
- Castle, W. (1976). *Step right up! I'm gonna scare the pants of America*. Putnam.
- Christie, I. (2019). The stuff of screens. En Chateau, D. y Moure, J. (eds.), *Screens. From materiality to spectatorship. A historical and theoretic-*

- cal reassessment* (pp. 70-81). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048531691-008>
- Gunning, T. (1986). The cinema of attraction: Early film, its spectator and the avant-garde. *Wide Angle*, 6(2), 63-70. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt46n09s.27>
- Gunning, T. (2000). "Animated pictures": tales of cinema's forgotten future, after 100 years of films. En Gledhill, C. y Williams, L. (eds.), *Reinventing film studies* (pp. 316-331). Arnold.
- Gunning, T. (2004). An aesthetic of astonishment: Early film and the (in)credulous spectator. En Baudry, L. y Cohen, M. (eds.), *Film theory and criticism* (pp. 114-133). Oxford University Press.
- Heffernan, K. (2004). *Ghoul, gimmicks, and gold. Horror films and the American movie business, 1953-1968*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9780822385554>
- Hyder, J. (2009). What is "immersive"? LF Examiner, 22 de mayo. <https://lfexaminer.com/2009/05/what-is-immersive/>
- Kattelman, B. (2018). Ghost show Ballyhoo: Castle's *Macabre* will scare you to death. En Leeder, M. (ed.), *ReFocus: The films of William Castle* (pp. 99-114). Edinburgh University Press.
- Kuhn, A. y Westwell, G. (2012). *A dictionary of film studies*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780199587261.001.0001>
- Lazarus, J. R. y Paul, N. (1959). *The percepto manual for the tingler. What to do and how to do it*. Columbia Pictures Corporation.
- Leeder, M. (2018). Collective screams: William Castle and the gimmick film. En Leeder, M. (ed.), *ReFocus: The films of William Castle* (pp. 76-98). Edinburgh University Press.

- Limbacher, J. L. (1978). *Four aspects of the film*. Ayer.
- Marks, L. U. (2000). *The skin of the film. Intercultural cinema, embodiment and the senses*. Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1198x4c>
- McKenna, A. T. (2018). He earned our forgiveness: William Castle and American movie showmanship. En Leeder, M. (ed.), *ReFocus: The films of William Castle* (pp. 57-75). Edinburgh University Press.
- Melnick, R. (2012). *American showman: Samuel "Roxy" Rosenfel and the birth of the entertainment industry*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/meln15904>
- Ndalianis, A. (2000). Special effects, morphing magic, and the 1990s cinema of attractions. En Sobchak, V. (ed.), *Meta-morphing: Visual transformation and the culture of quick change* (pp. 251-271). University of Minnesota Press.
- Palacio, M. (1998). El público de los orígenes del cine. En Talens, J. y Zunzunegui, S. (eds.), *Historia general del cine*. Vol. I: *Orígenes del cine* (pp. 219-240). Cátedra.
- Quintana, Á. (2011). *Después del cine. Imagen y realidad en la era digital*. Acantilado.
- Recuber, T. (2007). Immersion cinema. The rationalization and re-enchantment of cinema space. *Space and Culture*, 10(3), 315-330. <https://doi.org/10.1177/1206331207304352>
- Rogers, A. (2019). Scaling down: Cinerama on Blu-ray. En Chateau, D. y Moure, J. (eds.), *Screens. From materiality to spectatorship. A historical and theoretical reassessment* (pp. 82-96). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048531691-009>
- Ryan, M. L. (2004). *La narración como realidad virtual: la inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Paidós.

Schaefer, E. (1999). *Bold! Daring! Shocking! True! A history of exploitation films, 1919-1959*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822395966>

Waters, J. (2003). *Crackpot. The obsessions of John Waters*. Scribner.

Williams, K. y Mascioni, M. (2014). *The out-of-home immersive entertainment frontier expanding interactive boundaries in leisure facilities*. Routledge.

Winston, B. (1996). *Technologies of seeing*. British Film Institute.