

**Citación recomendada:**

Herreros Navarro, Miguel. (2020). "La percepción encarnada de los relatos digitales personales como fundamento de las respuestas afectivas y emotivas del espectador". En J.L. Rodríguez Illera y N. Molas Castells. *El presente y el futuro de los relatos digitales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, pp. 55-73.

## 4. La percepción encarnada de los relatos digitales personales como fundamento de las respuestas afectivas y emotivas del espectador

Miguel Herreros Navarro  
mherrena@gmail.com

Universitat de Barcelona

### RESUMEN

El proceso perceptivo de los relatos digitales personales, como el de las “historias de la pantalla”, es el mismo que se activa para percibir el mundo real: un proceso sensitivo, automático y pre-consciente, que facilita la atención del espectador en los relatos y potencia su “inmersión” en ellos. Lo que es fundamental para que el visionado del relato promueva respuestas afectivas y emotivas en el espectador. Este tiene una *percepción encarnada de los relatos* que desencadena en él respuestas afectivas inconscientes. Esas respuestas afectivas se producen mediante: el *afecto directo* (el contexto y las condiciones en que se percibe el relato); el *mimetismo afectivo* (las imágenes corporales y faciales que se muestran, la voz del narrador, así como a la música de fondo que suelen incorporar); el *contenido diegético* del relato (imágenes estáticas de caras, expresiones); la *estructura formal* del relato (estructura tripartita, punto de giro, expectativas); y su *estilo*. Pero estas respuestas emotivas también están condicionadas por el contexto biológico, histórico-cultural y personal del espectador. En esta comunicación presentamos cuáles son los elementos que promueven las respuestas afectivas y emocionales en el espectador, y, a la vez, un guion de análisis para los mismos.

**PALABRAS CLAVE:** recepción de los relatos digitales personales, mundo diegético del relato, estructura formal, emoción, empatía, percepción encarnada

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Cuestión

Para los espectadores, los relatos suponen mayoritariamente una experiencia placentera que viene de la mano de los afectos y emociones que estos despiertan en ellos (Herreros, 2019: 898). Esta dimensión placentera es importante porque potencia la “inmersión” de los espectadores (Herreros, 2019: 896) y con ello se posibilita el aprendizaje vicario (Herreros, 2019: 899), por ello queremos saber qué mecanismos utilizan los relatos digitales personales para provocar emoción y afecto en los espectadores.

### 1.2. Revisión de la literatura: Dimensión emotiva de la recepción de las películas

Diferentes aportaciones teóricas han explicado dónde reside la fuerza emotiva de las historias<sup>1</sup>: la semiótica estructural, el cognitivismo, el psicoanálisis, la teoría de la recepción, los estudios culturales. Nosotros abordaremos esta temática desde la teoría cognitiva, en concreto la *teoría del mimetismo motor* <sup>2</sup>.

#### 1.2.1. Supuesto fundamental

El cognitivismo parte del supuesto de que los seres humanos tienen la capacidad de comprender e interpretar las acciones y las emociones ajenas a partir de la observación de los ‘otros’, ya sea en directo o a través de medios audiovisuales (McHugo *et. al.*, 1985: 1513).

“What we look at projected on the screen — ... — addresses us as the expressed perception of an anonymous, yet present, "other's". And, as we watch this expressive projection of an "other's" experience, we, too, express our perceptive experience. Through the address of our own vision, we speak back to the cinematic expression before us" (Sobchack, 1992: 9).

---

<sup>1</sup> Para saber más: Herreros (2019: 246-249 y 258-261), Zumalde (2011: 69-96).

<sup>2</sup> McHugo, Gregory, *et al.*, (1985: 1513-1929), Plantinga (2009), Grodal (1997, 2009).

### 1.2.2. La fruición de las historias e inmersión

Las películas no se hacen para ser leídas, sino para ser percibidas por la visión y la audición (Plantinga, 2009:112), es por ello que Plantinga (2018: 29) las denomina “historias en la pantalla”. La percepción de estas historias es realista porque involucra tipos de percepción y de respuesta similares a los de la vida real (Tan, 1996: 82; Plantinga, 2009: 62), atrayendo las capacidades humanas básicas de creación de sentido. Son historias de naturaleza sensual dado que se perciben por los sentidos (Plantinga, 2018: 27). Esto implica que se pueden decodificar automáticamente, sin necesidad de ningún aprendizaje previo, lo que las hace accesibles a audiencias no instruidas (Carroll, 1988: 140). Por ello, las “historias en la pantalla” tienen “el *poder de atraer a una audiencia masiva*” (Plantinga, 2018: 27), lo que facilita que se conviertan en una experiencia perceptiva inmersiva para el espectador (Plantinga, 2018: 27).

El deleite de las “historias en la pantalla” por parte del espectador se basa en su naturaleza sensual, que hace “natural” la decodificación de su mensaje; pero también en el hecho de que en la cultura occidental la recepción de las historias está ligado a la industria de la diversión y del entretenimiento (Plantinga, 2018: 29).

### 1.2.3. Emoción y percepción encarnada

La percepción visual y auditiva de las “historias de las pantallas” supone un continuo “bombardeo” de estímulos para el espectador, algunos de los cuales le producen efectos fisiológicos, respuestas corporales automáticas y pre-reflexivas no controladas de manera consciente (Williams, 1999: 710-715; Plantinga, 2009: 115). Este proceso perceptivo se denomina percepción encarnada<sup>3</sup>. A través del *mimetismo motor* y el *contagio emocional* se explica la percepción encarnada, y en ella entran en juego el *afecto directo* y el *mimetismo afectivo*.

#### a) Afecto directo

La percepción corporal de las imágenes y los sonidos que ofrece la pantalla ponen en marcha una serie de *afecciones directas* que afectan la percepción y la respuesta emotiva de los espectadores, a saber: el contexto y las condiciones de visionado; y los movimientos técnicos y diegéticos (Plantinga, 2009: 114).

La visualización de una película está condicionada por el contexto donde se proyecta (Baranowski y Hecht, 2014: 1068). En el caso de las películas convencionales

---

<sup>3</sup> Para saber más: Williams (1999), Sobchack (2004), Carroll (2008), Plantinga (2009), Grodal (2009).

es la sala de cine. Ese contexto de visualización se caracteriza<sup>4</sup> por asientos cómodos, iluminación oscura, silencio, pantalla grande, hiperestimulación sensorial (Plantinga, 2009: 117). Este promueve la inmersión del espectador en la película, gracias a las condiciones de “absorción” y focalización hacia la pantalla que le impone el medio (Plantinga, 2009: 125). Además, es un contexto asociado a experiencias emotivas que se reciben en grupo (Plantinga, 2018: 29), lo que potencia el contagio emocional.

Los movimientos técnicos y diegéticos de las películas también producen respuestas físicas en el espectador (Plantinga, 2009: 117 y 119). Los *movimientos técnicos* se deben a los movimientos de la cámara, el montaje y los efectos especiales; una película presenta al espectador una mezcla de imágenes en movimiento, texturas, colores; también incluye efectos especiales que diferirán una película de otra en función de las convenciones de su género y de los efectos que se quiera crear en el espectador. Los *movimientos diegéticos* suceden dentro de película, se deben a los personajes y hacen referencia a sus movimientos o el de los objetos (Fehsenfeld, 2004, Plantinga, 2009: 117-119). Estos movimientos pueden llevar a los espectadores a respuestas emocionales placenteras o incluso desagradables: náuseas, mareos, respuestas de estrés, nerviosismo, asco, repulsión, etc. (Plantinga, 2009: 118).

### **b) Mimetismo afectivo**

Las representaciones fotográficas y videográficas y sonoras del cuerpo humano que se proyectan en las películas (expresiones faciales, gestos, posturas, grado de voz, cadencia, tono, música) pueden comunicar las emociones del personaje (Plantinga, 2009: 121-122).

Las películas incorporan tanto imágenes estáticas como dinámicas para comunicar las experiencias emocionales de los personajes, por ejemplo: por un lado, los actores imitan el comportamiento de los seres humanos, muestran signos de pasiones, expresiones faciales, miradas, actuaciones corporales, etc.; y por otro, la fotografía y la edición de la película muestran encuadres, puntos de vista alternativos, primeros planos faciales, o de gestos, tomas largas del personajes, etc. (Plantinga, 2009: 121-122). Que las películas incorporen un lenguaje corporal no supone que se de una exageración del gesto, la expresión facial o la postura para representar una emoción particular, una simple mirada o la contracción de un labio puede ser más efectiva que la exageración (Plantinga, 2009: 122).

Las imágenes y los sonidos fílmicos no solo comunican emoción, sino que provocan respuestas automáticas en los espectadores, respuestas que son de carácter afectivo y emotivo.

---

<sup>4</sup> Para saber más: Herreros (2019: 271-273), Morin (1956: 114), Plantinga (2018: 29-32).

“Moreover, filmmakers have the ability to exaggerate, isolate, clarify, and otherwise manipulate such images and sounds to maximum effect without destroying their perceptual realism” (Plantinga, 2009: 123).

Las películas incorporan la voz humana, mediante las palabras se comunican emociones, la voz de los personajes es un soporte esencial de las emociones. De hecho, los investigadores consideran que la voz puede llevar a los oyentes a captar la emoción del hablante a través de los cambios de volumen, el tono y las secuencias temporales de sonido —velocidad del habla, silencios—<sup>5</sup> (Plantinga, 2009: 122).

Las películas también incorporan efectos sonoros y música para comunicar emociones, por ejemplo, en algunas bandas sonoras los efectos sonoros ambientales (tráfico, ruido de calle...) y a las voces humanas son sustituidos por efectos sonoros humanos (respiraciones, alientos, murmullos...) (Plantinga, 2009: 123). La música de las películas suele ser de programa, es decir, música instrumental creada para acompañarla. La música instrumental no tiene un contenido representativo, por lo que, por sí sola, no genera emociones en el espectador (Plantinga, 2009: 132). La música juega un papel importante en la expresión y producción de la emoción en las películas. Pero se ha de tener en cuenta que una película siempre se presenta como un todo que integra una historia con unas imágenes, música y otros sonidos; la música es un elemento de acompañamiento de ese todo, y viene a intensificar las emociones sugeridas por las “historias en la pantalla” (Plantinga, 2009: 133). La música de una película tiene carga emotiva y cumple una serie de funciones: a) puede influir afectiva y corporalmente en los espectadores, b) puede provocar estados de ánimo que los preparen para sentir emociones, c) puede intensificar o modificar el significado de una escena, d) puede evocar emociones ligadas a recuerdos y asociaciones de experiencias pasadas reinterpretándose la escena a partir de ellos (Plantinga, 2009: 135).

#### **1.2.4. Emoción y contenido diegético, estructura formal y estilo de la historia**

A través del contenido diegético de la historia, de su estructura formal y de su estilo, también se hacen presentes elementos que ponen en juego las emociones del espectador en la visualización de una película.

---

<sup>5</sup> Los estudios de Pittam y Scherer (1993: 190) muestran que los oyentes tienen la capacidad de decodificar las emociones interpretando las secuencias del sonido que incorpora la voz humana.

### a) Contenido diegético de las historias

Las películas invitan al espectador a escuchar y experimentar el “mundo diegético”<sup>6</sup> del protagonista (Plantinga, 2009: 117). Las “historias en la pantalla” muestran personajes que llevan a cabo acciones y viven determinadas situaciones, de manera coherente y bajo una estructura dramática.

El espectador, de manera consciente y/o inconsciente establecer relaciones afectivas con esos personajes y situaciones que le presenta la película (Plantinga, 2009: 80). Esas emociones son la empatía, la simpatía y la antipatía, pueden ser inducidas por los personajes o por las situaciones que estos viven (comportamiento social, conflictos, obstáculos, objetivos o metas), produciendo fascinación, felicidad, alegría, admiración, satisfacción, ira, desdén, asco, etc. (Eder, 2005: 279). Estos sentimientos promueven que el espectador establezca una vinculación (compromiso) con un personaje y/o con su situación, y desee que se den algunos resultados y otros no (Plantinga, 2009: 111). Para Plantinga (2018: 43) los espectadores perciben e interpretan a los personajes y las situaciones en función de sus propias preocupaciones, esa es la fuente de sus emociones (Plantinga, 2018: 43).

El espectador tiende a simpatizar más con quien le resulta más familiar y quien le gusta más, y se preocupa menos por un personaje que no conoce, por lo que Hitchcock considera que la simpatía es el medio por el cual los espectadores se involucran con el personaje y la situación narrativa (Truffaut, 1966: 55 y 75-76; Plantinga, 2018: 52; Eder, 2005: 280). Los elementos que lo hacen atractivo a ojos del espectador son: que el espectador considere al personaje similar a él, que lo considere un personaje desvalido, que comparta filiación con él —género, origen étnico, edad, clase—; etc. (Plantinga, 2009: 108 y 110).

El “compromiso con el personaje” es uno de los elementos clave de impacto emocional en el espectador (Plantinga, 2018: 44), las “historias en la pantalla” buscan provocar emociones fuertes en el espectador potenciando que se comprometa con los personajes (Plantinga, 2009: 78). El espectador se compromete (alinea) con los personajes a través del *apego* o del *acceso subjetivo* (Plantinga, 2009: 106). Existe una asociación histórica entre apego y transparencia subjetiva: “if we follow the actions of a character, we normally know a good deal about what she is up to, in terms of her desires, motives, and feelings” (Smith, 1995: 143). Hay muchas estructuras de alineación, cada una de las cuales depende de las diversas articulaciones entre el apego y el acceso subjetivo; la forma más pura de estas estructuras “involves a continuous and exclusive attachment to a character combined with subjective transparency: complete

---

<sup>6</sup> El “mundo diegético” se refiere al contenido que nos presenta la película, el contenido de la historia

access to what that character knows, thinks, feels, and perceives” (Smith, 1995: 144). Smith llama a este tipo de alineación *alineación en primer plano (foreground alignment)*, pero señala que es inusual en las películas (Smith, 1995: 145). Para Murray Smith introducirse en la perspectiva mental del personaje, comprendiendo como percibe, cómo piensa, qué desea, qué siente, hace que el espectador se sienta más cerca de él, lo que favorece la simpatía hacia el protagonista y la antipatía hacia aquellos personajes que se presenten como obstáculos (Eder, 2005: 280).

Un catalizador de las emociones del espectador hacia el personaje es el alivio. Cuando le pasan cosas buenas al protagonista, o malas al antagonista, el espectador se deleita pues acercan al protagonista a sus objetivos; cuando le pasan cosas malas al protagonista o buenas al antagonista, se irrita, porque suponen obstáculos para que el protagonista logre su meta (Plantinga, 2018: 44). El alivio también aparece ligado a la estructura formal del relato: una secuencia prolongada de suspense crea tensión en el espectador, pero cuando disminuye la tensión, y se resuelve el suspense, se produce un alivio en él (Plantinga, 2018: 50).

#### **b) Vinculación con las situaciones**

El espectador no solo se vincula con los personajes, también lo hace con las situaciones que estos viven. La vinculación que siente con ese personaje favorece una respuesta emocional de simpatía o antipatía hacia las situaciones en las que se encuentre el personaje (Plantinga, 2009: 111). Por ello, si el espectador simpatiza con un personaje, los obstáculos que se le presenten para alcanzar su fin o que demoran su consecución, generará preocupación por él (Plantinga, 2009: 93). Las situaciones diegéticas similares a las vividas por el espectador, pueden llevarle a revivir las emociones ligadas a esas experiencias y proyectarlas en la interpretación de lo percibido. De este modo los elementos diegéticos (imágenes, sonidos, música, situaciones) se asocian a las experiencias del sujeto y asumen sus emociones (Tan, 1996: 65-66). Así, las emociones y los afectos provocados por las narraciones pueden ser intensificados por las experiencias del espectador o por asociaciones aprendidas por él (Plantinga, 2009: 76). Por ejemplo, un espectador que haya tenido una ruptura sentimental en su vida personal, cuando visiona escenas románticas en una película puede asociarlas a su experiencia y revivir sus emociones, lo que intensifica su respuesta emocional a esa escena.

#### **c) Estructura formal en las historias**

Desde el punto de vista de la estructura formal hay algunos elementos que promueven la respuesta emocional de los espectadores en torno a lo que sucede o sucederá en la película y sobre los giros que puede ir tomando la historia: estructura de

la historia, giros en la acción, sorpresa, interés, anticipación, expectativas, etc. Ello está ligado a la generación de placeres intelectuales en el espectador. Como señalan algunos teóricos del cine (Bordwell, 1985; Tan, 1996), la estructura formal establece una relación entre la historia y la trama para que la historia genere suspense, sorpresa y curiosidad en el espectador. La estructura formal de las historias está pensada para que provoque un patrón de respuestas emocionales (Plantinga, 1993: 10-29). Una de las estructuras más usadas es la regla de los tres actos de Aristóteles (1450b: 25-34; 2007: 82), o en su versión moderna, la *estructura tripartita* presentada por los guionistas contemporáneos (Seeger, 1987; Fiel, 1979), que presenta la historia de manera gradual para mantener el interés de los espectadores.

Además de la estructura, las historias utilizan una serie de técnicas con el objetivo de mantener el flujo de emociones y minimizar la posibilidad de aburrimiento del espectador: presentan la acción de manera ascendente, lo que lleva a intensificar las emociones; cada acto contiene giros en la acción para asegurar el interés del espectador.

La comprensión de la estructura formal de las historias implica que el espectador lleve a cabo una serie de procesos cognitivos: percepción, imaginación, construcción de modelos de simulación, etc. (Eder, 2005: 279; Bordwell, 1985: 30-31). Según David Bordwell (1985) la estructura de las narraciones produce un placer asociado a los procesos cognitivos que debe llevar a cabo el espectador para “hacer la historia inteligible”: él debe rellenar los huecos de la historia. Así, la película invita al espectador a hacer *inferencias* y *anticipaciones* y tener *expectativas* sobre el devenir de la historia, de los personajes y las situaciones. Las expectativas serán un continuo en la historia, y estarán sujetas a cambios “forzando al espectador a hacer inferencias a una cierta velocidad [así] la narración dirige el qué y el cómo de nuestras deducciones” (Bordwell, 1985: 76). Murray Smith (1995) señala que la estructura formal de la historia juega con las perspectivas mentales de los espectadores y los personajes —cómo perciben, creen, desean, evalúan y sienten— en relación con la historia.

#### **d) Estilo de las historias**

Las técnicas estilísticas usadas para la elaboración de una película hacen referencia a la filmación, la producción, el montaje y la edición <sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Los elementos del estilo ya han sido tratados en apartados anteriores, por lo que no los trataremos aquí.

### **1.2.5. Componentes de la percepción**

No todos los espectadores reaccionarán igual, pues sus respuestas emotivas a las películas también vienen condicionadas por componentes biológicos, culturales y personales. Cada espectador visualiza e interpreta la historia desde sus esquemas de procesamiento, muchos de los cuales no están sometidos a un control consciente, sino que están sujetos al cuerpo y al “inconsciente cognitivo” (Plantinga, 2009: 49-53; 2018: 56).

### **1.3. Propósito**

En este artículo pretendemos mostrar los elementos que promueven las respuestas afectivas y emocionales en el espectador de relatos digitales personales.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1. Descripción del contexto y de los participantes**

Para determinar los elementos emotivos presentes en los relatos digitales personales hemos tomado como muestra los 20 realizados por alumnos de bachillerato durante el curso 2015-2016 y analizados en otra investigación (Herreros, 2019: 515-517). Son relatos producidos por alumnos adolescentes que cursaron segundo de bachillerato ese curso académico, y que pertenecían a un instituto público del segundo cinturón de Barcelona.

### **2.2. Instrumentos**

Los datos fueron recogidos a través de cuestionarios, de los registros que los alumnos hacían en sus blogs personales, de las anotaciones en el diario de campo del profesor y de los relatos digitales realizados por los alumnos (Herreros, 2019: 527-532).

Como metodología de investigación utilizada, se aplicó el *Estudio de Caso* para la obtención de datos relativos a la recepción de los relatos y la metodología de *Análisis Narrativo* para obtener datos de los relatos digitales producidos (Herreros, 2019: 440-442 y 547-561).

### 2.3. Procedimiento

Se procedió a revisar los datos obtenidos en la investigación “*La auto-representación del yo (Self) a través del Digital Storytelling*” (Herrerros, 2019), y se buscaron los elementos presentes en esos relatos que promovieran la recepción encarnada y emotiva del espectador.

## 3. RESULTADOS

### 3.1. La fruición de los relatos digitales personales

Los relatos, al igual que las películas, no se leen sino que se perciben principalmente a través de la experiencia visual y auditiva, y a veces también lingüística, reduciéndose la lectura a los títulos, los créditos y algunas imágenes diegéticas que presentan textos. Podemos decir que básicamente son relatos para ser vistos y escuchados. Su percepción es de naturaleza sensual y automática, es decir, no está mediada por el pensamiento consciente o el lenguaje. El medio genera respuestas automáticas en el espectador.

A pesar de que los relatos digitales personales no busquen el placer del espectador, los resultados de nuestra investigación (Herrerros, 2019) concluyen que los relatos contienen un alta presencia de indicadores *qualia* que muestran los “sentimientos” y las emociones del autor del relato (Herrerros, 2019: 924-925). Dado que su interés por los relatos depende de la cercanía afectiva con que estos los perciban (Herrerros, 2019: 892), su visionado resulte emotivo para los espectadores.

El relato digital personal informa sobre un episodio significativo de la vida de su autor, y básicamente lo hace a través de la imagen —normalmente estática— y el sonido —la voz en off del autor—, pero no solo informa sobre los eventos del pasado, sino que provoca respuestas afectivas, poniendo en juego los sentimientos y emociones del espectador, y en ello reside gran parte de su valencia placentera.

### 3.2. Percepción encarnada de los relatos digitales personales

Los relatos digitales personales se presentan como la experiencia de otra persona. Por ello es una experiencia dialógica que incorpora “dos visiones encarnadas”, la del espectador y la del autor del relato. El *afecto directo* y el *mimetismo afectivo* son fenómenos que median la percepción encarnada de los relatos digitales personales,

provocando en el espectador el mismo tipo de respuestas emotivas que provoca la visualización de las películas.

### **3.2.1. El afecto directo en los relatos digitales personales**

#### **a) Contexto**

El contexto y las condiciones de visionado son importantes porque están directamente relacionados con el proceso de inmersión del espectador en el relato y con las respuestas afectivas que produzca en él (Herreros, 2019: 271-273)<sup>8</sup>. Los relatos digitales se ven sobre pantallas digitales —ordenador, tablet, teléfono móvil—, en muy diferentes espacios dependiendo del contexto de uso (aulas, espacios de ocio, residencia de ancianos, servicios sociales, asociaciones culturales o religiosas, etc.).

En Herreros (2019: 271-273) se presenta el trabajo con relatos digitales personales en un contexto de educación formal, con unas condiciones de visionado determinadas que exponemos brevemente: un aula con ordenadores de sobremesa, wifi, proyector, pantalla y equipo de sonido con altavoces. Se realizaron dos tipos de visionado de los relatos, cada uno con sus propias condiciones de recepción. El primer visionado se hizo proyectando las imágenes sobre la pantalla, y emitiendo el audio a través de los altavoces. Las condiciones de recepción eran de semioscuridad, en completo silencio, con los alumnos sentados en una silla frente a la pantalla; el visionado se realizaba en grupo. En ese primer visionado también incorporamos lo que hemos llamado el “efecto estreno”<sup>9</sup>. El segundo visionado se realizó sobre la pantalla de un ordenador en grupos de 2 o 3 alumnos; se hace en el contexto aula, con las luces encendidas, y los alumnos se situaron cerca o muy cerca de la pantalla pero no necesariamente frente a ella; al audio se accedió a través de auriculares, o bien, a través de los altavoces incorporados en el ordenador. Hubo un tercer tipo de visionado de carácter personal, realizado a través de un Smartphone y de manera individual o en grupo. Hay que decir que la suma de esos contextos y condiciones de visionado resultaron inmersivas para los espectadores.

---

<sup>8</sup> Hay que señalar que el cambio del contexto y de las condiciones de visionado de los relatos respecto al cine no suponen necesariamente una experiencia menos inmersiva para el espectador. Lo importante es que el contexto de visualización no ofrezca distracciones: algunas visualizaciones en grupo de amigos, por su carácter de intimidad, pueden reforzar respuestas emocionales a través del contagio y producir respuestas afectivas similares a las de las salas de cine (Plantinga, 2018: 31).

<sup>9</sup> El efecto “estreno” se refiere a que el primer visionado del relato se hizo de manera pública como si fuese una sesión de estreno para potenciar la atención del alumnado (Herreros, 2019: 272).

## **b) Movimientos técnicos y diegéticos**

La edición de los relatos digitales personales se realiza con un programa digital sencillo que se utiliza principalmente para ordenar una serie de imágenes estáticas (fotografías) sincronizándolas con la narración y, en ocasiones, con el fondo musical. Ese tipo de edición dista mucho de la edición que se realiza en la películas: no suele incorporar variaciones en el ritmo o frecuencia del montaje, movimientos de cámara, diferentes ángulos de cámara, etc.

En cuanto a los efectos especiales, aparecen en la mitad de los relatos analizados (Herreros, 2019: 647), y hemos observado que la mayoría suele consistir en transiciones, fundidos... que no producen respuestas afectivas; no incorporan efectos especiales propios del cine que produzcan respuestas afectivas en el espectador.

Los relatos digitales personales no incorporan *movimientos técnicos*. Estos relatos son producidos por alumnos que no tienen ni conocimientos del lenguaje cinematográfico ni medios técnicos para aplicarlo, por lo que no suelen incorporar las técnicas propias del lenguaje “cinematográfico” como por ejemplo movimientos de cámara.

Los *movimientos diegéticos* no son algo característico de los relatos digitales personales ya que no incorporan imágenes filmadas y actuadas al estilo cinematográfico. La mayoría de las imágenes que contienen los relatos son estáticas, recogidas de fuentes propias o de repositorios libres. En ocasiones estos relatos incorporan imágenes de video, pero son videos caseros recuperados para documentar alguna escena del relato; solo en algunas ocasiones el autor realiza alguna grabación videográfica que, en todo caso, raramente consiste en una escena “actuada” que tiene un valor testimonial y que se produce para suplir la falta de imágenes que ilustren la historia.

Podríamos concluir que las respuestas afectivas propias de los movimientos técnicos y diegéticos (nauseas, mareos, respuestas de estrés...) no son habituales en la visualización de los relatos digitales personales.

### **3.2.2. El mimetismo afectivo del cuerpo en los relatos digitales personales**

#### **a) Mimetismo corporal**

La mímica motora en los relatos digitales personales se sostiene básicamente sobre las imágenes estáticas, que es el tipo de imágenes que mayormente contienen los relatos, ya sean del protagonista o ajenas (Herreros, 2019: 711-715). En ellas podemos

observar representaciones fotográficas de la cara, el rostro, o primeros planos significativos de alguna parte del cuerpo, y en ese sentido se presentan como representaciones del estado de ánimo del protagonista e inducen al espectador a representarse las emociones de este.

El mimetismo afectivo, propio del cine convencional, no está presente en los relatos digitales personales porque la actuación de los personajes no es uno de sus elementos característicos. En ellos no hay actores, como mucho aparece alguna imagen en video del protagonista para reforzar el relato, pero no podemos decir que sea una “imagen actuada”. Por tanto, no cabe hablar de mímica motora relacionada con la interpretación de los personajes, ni en general, con las imágenes en movimiento.

### **b) Voz**

Todos los relatos digitales incorporan la voz del narrador hablando en primera persona. Se puede observar que las voces de los relatos incorporan cambio de volumen, de tono, de cadencia de la voz, de velocidad, que hay intención en la dicción y algún silencio, y que la intencionalidad de la voz depende mucho de su autor. La voz del protagonista es un soporte esencial de las emociones que se expresan en la historia.

En el estudio sobre relatos digitales personales realizado por Herreros (2019: 720-722) se señala que la mayoría de los narradores tenían el convencimiento de poder comunicar sus sentimientos incorporando su propia voz al relato, lo que, a la vez, le aportaba realismo. En esa investigación no se estudió si los oyentes de los relatos fueron capaces de decodificar las emociones que pretendía comunicar su autor o si la decodificación emocional de la voz promovió otras emociones en el receptor. A pesar de que el visionado de los relatos promueve emociones en los espectadores —miedo, tristeza, nostalgia, felicidad, libertad, etc.— (Herreros, 2019: 720) no podemos afirmar que esas emociones sean producidas por la voz del narrador o por otros elementos.

### **c) Música y efectos sonoros**

En algunos casos los relatos incorporan efectos sonoros (latidos de corazón, sonidos de sirenas, relojes, etc.) en un intento de dar realismo a la narración (Herreros, 2019: 647-648). No se entró en el estudio en concreto del tipo de efectos que se utilizan, ni en qué incidencia emotiva pudieron tener esos efectos sobre los espectadores.

Los relatos digitales personales no incorporan música de programa. La mayoría de ellos incorporan música en forma de banda sonora de fondo que cumplen la función de acompañamiento de la narración. Esa música tiende a generar un estado de ánimo en el espectador. La música que utilizan los autores en los relatos está asociada a recuerdos emotivos de su vida, en ocasiones ligada incluso a la vivencia de lo que se relata. El

autor, mediante la incorporación de esa música en el relato, pretende expresar sus sentimientos en relación a la historia, y que la música evoque en el espectador esos mismos sentimientos, es decir, espera que la música tenga la misma valencia afectiva (le provoque las mismas emociones) para el espectador que la que tiene para él (Herreros, 2019: 715-719).

Algún relato incorpora canciones con letra, lo cual suele crear una distorsión entre el mensaje que ofrece la canción y el que ofrece la historia a través de la narración y las imágenes.

Hemos observado que en muy pocas ocasiones se intercalan piezas musicales específicas para algunas escenas o combinación de diferentes músicas en los relatos. Por ello, podemos afirmar que no es característico que la música de los relatos digitales actúe sobre el significado específico de las escenas modificándolo o intensificándolo en relación con la historia. Los relatos digitales tampoco suelen incluir sonidos o ruidos desagradables.

### **3.3. Contenido diegético, estructura formal y estilo en los relatos digitales**

#### **3.3.1. Emoción y contenido diegético en los relatos digitales personales**

Los relatos digitales se centran en la figura del protagonista, un adolescente, que vive determinadas situaciones las cuales enfrenta o padece, y favorecen el compromiso del espectador con dicho protagonista a través de la empatía, lo que facilita la inmersión en el relato y la reacción afectiva a las situaciones que viven los personajes.

##### **a) Compromiso con el personaje**

Como se ha dicho, que los espectadores se sientan cerca del protagonista favorece la empatía hacia él. Los relatos digitales personales tratan temáticas propias de los adolescentes, centradas en tres grandes temas —familia, amistad, pareja— (Herreros, 2019: 731-732 y 893), temáticas que resultan cercanas y atractivas para los espectadores (Herreros, 2019: 733-734). Esto facilita que *empaticen* con el protagonista, promoviendo la identificación y/o proyección con el personaje o las situaciones que afronta (Herreros, 2019: 896-897). Así lo manifiestan los propios espectadores cuando afirman que el visionado de los relatos les hizo compartir las mismas emociones que el protagonista de la historia, señalando que esa empatía del espectador se establecía con los relatos que se consideraban más afines a ellos (Herreros, 2019: 751-756). La filiación (adolescencia), la similitud de vivencias, la proximidad y el mutuo conocimiento de autores y espectadores, la afinidad de las temáticas de los relatos con

las experiencias de los espectadores, facilitan que los relatos capten la atención del espectador y que le sumerjan afectivamente en las situaciones que viven los personajes, lo que desencadena en respuestas emocionales: miedo, alegría, felicidad, ... (Herreros, 2019: 720-721).

Por normal general, los relatos describen la situación en la que se encuentra el protagonista, lo que hace ante ella y cuáles son sus sentimientos, deseos y pensamientos. En los relatos el espectador se alinea con el protagonista a través del *apego* y del *acceso subjetivo* (Plantinga, 2009: 106), o mediante una *alineación en primer plano* (Smith, 1995: 144). Este es un tipo de compromiso característico de los relatos dado que la narración se centra en seguir las acciones y mostrar los sentimientos del protagonista, lo que lleva al espectador a saber cómo actúa, cómo piensa, siente, desea o persigue.

Un elemento presente en los relatos digitales es el “alivio”, que suele manifestarse en los espectadores al final, cuando los acontecimientos se cierran, pues casi siempre se hace de forma positiva, acabando con la incertidumbre de la situación que había generado la historia. El alivio está vinculado a la figura del protagonista, no a la del antagonista que prácticamente es inexistente.

#### **b) Vinculación con las situaciones**

Debido a la brevedad de los relatos, estos contienen una sola “problemática” que se presenta desde el principio y que se afronta y se resuelve al final. No hay espacio físico para que las emociones del espectador puedan ir cambiando con los cambios que se van dando a lo largo de la historia., esto es, no se dan giros narrativos que permitan la aparición de nuevos obstáculos y la demora de los deseos del protagonista.

El espectador de los relatos digitales, de manera consciente y/o inconsciente, percibe e interpreta a los protagonistas y las situaciones a partir de sus propias preocupaciones y experiencias. Eso se muestra en las proyecciones, que le hacen pensar y revivir sentimientos ligados a acontecimientos de su pasado o situarse en posibles futuros e imaginarse qué pensaría, haría y sentiría en esas situaciones (Herreros, 2019: 699, 701 y 703).

### **3.3.2. Emoción y estructura formal en los relatos digitales personales**

#### **a) Estructura y puntos de giro**

Los relatos digitales utilizan una estructura en tres actos: planteamiento, nudo y desenlace; ese es uno de los requisitos para construir el guion literario (Herreros, 2019:

611 y 613). La información se estructura en tres actos, que presentan las acciones y los acontecimientos de manera gradual y escalonada, lo que supone un intento de ordenar las emociones del espectador de forma gradual y ascendente.

La mayoría de los relatos contienen un punto de inflexión, que suele suponer un punto de giro en la historia. Hay relatos que no contienen punto de inflexión dentro de la historia, pero cuya presentación a la clase supuso un punto de inflexión en la vida del autor. Y también los hay que no contenían ningún punto de inflexión (Herrerros, 2019: 904-907).

#### **b) Actividad psíquica;: inferencias, anticipaciones, expectativas**

El relato digital personal no solo presenta unos hechos, sino que también lleva al espectador a generar expectativas. La historia se presenta acorde con una trama que trata de incorporar un cierto suspense o curiosidad en el espectador en un intento de promover su interés. Ello invita al espectador a realizar inferencias, anticipaciones y generar expectativas sobre lo que le acontecerá al protagonista en el desenlace, pero la brevedad del relato y la ausencia de puntos de giro, no dan lugar a muchos cambios, y por lo tanto a muchas anticipaciones y expectativas. También hay historias que no promueven que el espectador realice anticipaciones o se genere expectativas sobre lo que sucederá a continuación.

Las historias suelen ser lineales, y no suelen incorporar “desequilibrio informativo”, ni ofrecen juego para que se den diferentes perspectivas mentales en el personaje y el espectador.

### **3.3.3. Emoción y estilo en los relatos digitales personales**

Las técnicas estilísticas distan mucho de las utilizadas en el técnicas mundo cinematográfico. Pero en todos los casos el estilo influye en cómo el espectador percibe la historia y le inducen a determinados estados de ánimo, sentimientos, afectos y emociones.

### **3.4. Componente histórico-cultural de la percepción de los relatos digitales**

La reacción de los espectadores no viene determinada por la percepción encarnada de los relatos, si bien sus respuestas también están condicionadas por una serie de valores culturales compartidos (edad, adolescencia, cultura ...), y por la propia experiencia de vida que acumula cada uno.

#### 4. CONCLUSIONES

La percepción de los relatos digitales personales es una percepción encarnada, automática y pre-reflexiva, que se da estimulada por la combinación de elementos visuales y auditivos diegéticos y no diegéticos, y que produce respuestas emocionales placenteras y/o desagradables en los espectadores. En concreto:

a) La percepción de los relatos está ligada a la fruición básicamente por ser una percepción sensitiva, similar a la de los acontecimientos en la vida real, y porque en la cultura del entretenimiento las historias están ligadas al disfrute del espectador

b) Los principales elementos que posibilitan la percepción encarnada de los relatos son: el contexto de recepción, que propicia la inmersión de los espectadores; las imágenes estáticas y la voz del narrador, a través de los que el espectador accede a las emociones de los personajes; y, en ocasiones, los efectos sonoros y la música, que suele aparecer en forma de banda sonora, generando un estado de ánimo en el espectador.

c) Las respuestas emocionales de los espectadores a los relatos vienen promovidas por su contenido diegético, por su estructura formal y por su estilo. Los relatos nos cuentan historias personales presentadas de manera coherente y bajo una estructura dramática, narradas con el estilo propio de un no-profesional de los *media*.

d) Las respuestas afectivas y emocionales de los espectadores a los relatos también están condicionadas por los esquemas biológicos (adolescencia), culturales (occidente), y personales (la experiencia de cada uno).

Por último, sugerir que las ideas recogidas en este artículo pueden representar la base para elaborar un guion de análisis que recoja la presencia de los elementos afectivos y emotivos en los relatos digitales, lo que nos permitiría profundizar en un campo de estudio de los relatos del que casi no tenemos datos.

#### REFERENCIAS

- Aristóteles. *Poética*. / [Las citas corresponden a la edición Aristóteles (2007). *Poética*. Madrid: Biblioteca Nueva].
- Baranowski, Andreas; Hecht, Heiko (2014). "The big picture: Effects of surround on immersion and size perception". *En Perception*, 43, pp. 1061-1070.
- Bordwell, David (1985). *Narration in the fiction film*. Madison: University of Wisconsin Press. / [Las citas corresponden a la edición Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós].

- Carroll, Noël. (1988). *Mystifying Movies: Fads and Fallacies in Contemporary Film Theory*. New York: Columbia University Press.
- Carroll, Noël (2008). *The Philosophy of Motion Pictures*. Maldon, MA, and Oxford: Blackwell.
- Eder, Jens (2005). "Analysing Affective Reactions to Films. Towards an Integrative Model". En Spiel. *Siegeener periodicum zur internationalen empirischen literaturwinssenschaft. n. 22 Medien und emotionen*. Frankfurt am Main: Peter Land, pp. 271-290.
- Fehsenfeld, Lisa (2004). "Motion analysis overview". *Paper delivered at the conference "Narration, Imagination, and emotion in the moving image media"*. Grand Rapids, MI. Julio 2004.
- Field, Syd (1979). *Screenplay: the foundations of Screenwriting*. New York: Doubleday Dell Publishing. [Las citas corresponden a la edición Field, S. (2001). *El libro del guion*. Madrid: Plot].
- Grodal, Torben. (1997). *Moving Pictures: A New Theory of Genres, Feelings, and Cognition*. Oxford: Oxford University Press.
- Grodal, Torben. (2009). *Embodied Visions. Evolution, Emotion, Culture and Film*. New York: Oxford University Press. [Hay una edición parcial en español Grodal, Torben. (2009). "El flujo PECMA: una teoría general de la experiencia del cine" y "Relatos para los ojos, los oídos, y los músculos: la evolución de las simulaciones encarnadas". En *Semiótica del cine y del audiovisual. Nuevas tendencias*. Bogotá: Editorial Utadeo. pp. 23-89.]
- Herreros, Miguel (2019). *La auto-representación del Yo (Self) a través del Digital Storytelling*. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona — Barcelona, España.
- McHugo, Gregory; Lanzetta, John; Sullivan, Denis; Masters, Roger; Englis, Basil. (1985). "Emotional reactions to a political leader's expressive displays". *Journal of personality and social psychology*, 49, n° 6; pp. 1513-1529.
- Morin, Edgar (1956). *Le cinéma ou l'homme imaginaire*. Paris: Éditions de Minuit. / Morin, E. (1982). *Il cinema o l'uomo immaginario*. Milano: Feltrinelli. / [Las citas corresponden a la edición Morin, E (2001). *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Paidós].
- Plantinga, Carl. (2009). *Moving Viewers. American film and the spectator's experience*. Berkeley: University of California Press.
- Plantinga, Carl (2018). *Screen Stories*. Oxford: Oxford University Press.
- Pittam, Jeffrey; Scherer, Klaus R. (1993). "Vocal expression and communication of emotion". En M. Lewis; J.M. Haviland. *Handbook of emotions*. New York and London: Guildord Press, pp. 185-198.

- Seger, Linda (1987). *Making a good script great*. New York: Dodd, Mead. / [Las citas corresponden a la edición Seger (1991). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp].
- Smith, Murray. (1995). *Engaging Characters. Fiction, Emotion, and the Cinema*. Oxford: Clarendon Press.
- Sobchack, Vivian. (1992). *The address of the eye: a phenomenology of film experience*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Tan, Ed. (1996). *Emotion and the structure of narrative film*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Truffaut, François. (1966). *Le cinéma selon Hitchcock*. París: Robert Laffont. [edición española Truffaut, François. (2018). *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza].
- Williams, Linda. (1999). "Film bodies: gender, genre, and excess". L. Braudy; M. Cohen. *Film theory and criticism: introductory readings*. New York and Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 701-715.
- Zumalde, Imanol. (2011). *La experiencia fílmica: cine, pensamiento y emoción*. Madrid: Cátedra.