

# TRUCOS PUBLICITARIOS Y EFECTOS ESPECIALES EN EL CINE DE WILLIAM CASTLE DURANTE EL PERÍODO 1958-1961

FRAN MATEU

Universidad Miguel Hernández (UMH)

Escola Superior de Relacions Públiques

[f.mateu@umh.es](mailto:f.mateu@umh.es)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7329-7525>

Recibido: 27 de febrero de 2023

Aceptado: 25 de marzo de 2023

Publicado: 31 de octubre de 2023

## Resumen

Este artículo analiza la producción cinematográfica realizada por William Castle desde 1958 hasta 1961, período que abarca el estreno de sus películas independientes de terror, *Macabre*, *House on Haunted Hill*, *The Tingler*, *13 Ghosts*, *Homicidal* y *Mr. Sardonicus*. Para ello, este estudio de caso se aborda desde un enfoque diacrónico para conocer los trucos publicitarios que el cineasta aplicó a tales títulos, así como los efectos especiales integrados en los mismos, con el objetivo de refrendar su legado tecnológico y sociocultural dentro de la historia del cine.

**Palabras clave:** Cine, gimmick, publicidad, terror, efectos especiales.

## TRUCS PUBLICITARIS I EFECTES ESPECIALS AL CINEMA DE WILLIAM CASTLE DURANT EL PERÍODE 1958-1961

## Resum

Aquest article analitza la producció cinematogràfica realitzada per William Castle des del 1958 fins al 1961, període que abasta l'estrena de les seves pel·lícules independents de terror, *Macabre*, *House on Haunted Hill*, *The Tingler*, *13 Ghosts*, *Homicidal* i *Mr. Sardonicus*. Per això, aquest estudi de cas s'aborda des d'un enfocament diacrònic per a conèixer els trucs publicitaris que el cineasta va aplicar a aquests títols, així com els efectes especials integrats en ells, amb l'objectiu de ratificar-ne el seu llegat tecnològic i sociocultural dins de la història del cinema.

**Paraules clau:** Cinema, gimmick, publicitat, terror, efectes especials.

DOI: <https://doi.org/10.1344/fh.2023.33.1.245-266>

Copyright © 2023 Fran Mateu

Copyright de la edició © FilmHistoria Online, 2023. Todo su contenido escrito está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 4.0.

## ADVERTISING TRICKS AND SPECIAL EFFECTS IN WILLIAM CASTLE'S FILM DURING THE PERIOD 1958-1961

**Abstract**

This article analyses William Castle's film production from 1958 to 1961, a period that includes the release of his independent horror movies *Macabre*, *House on Haunted Hill*, *The Tingler*, *13 Ghosts*, *Homicidal* and *Mr. Sardonicus*. To do so, this case study is developed with a diachronic approach to learn about the *gimmicks* that the filmmaker applied to such movies, as well as the special effects integrated in them, with the aim of endorsing its technological and socio-cultural legacy in the history of cinema.

**Keywords:** Cinema, gimmick, advertising, horror, special effects.

**1. INTRODUCCIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN**

En la década de 1920, el joven William Schloss Jr. (Nueva York, 1914 — Los Ángeles, 1977) asistió a una obra de Broadway, titulada *The Monster*, con la cual quedó tan fascinado que decidió dedicarse al mundo de la interpretación, no sin antes cambiar su apellido por el de Castle para encajar en el sistema de la estrella WASP (Blanco, Anglosajón y Protestante, por sus siglas en inglés), pues era de origen judío —Schloss significa Castillo en alemán— (Leeder, 2018: 3-4). Sin embargo, Castle observó que lo que realmente deseaba era trabajar detrás de las cámaras, y en 1929 tuvo la oportunidad de ejercer como asistente del director de escena para una gira teatral, protagonizada por Béla Lugosi, la cual adaptaba la película *Dracula* (Browning, 1931) (Law, 2000: 6). Una década más tarde, en 1939, Harry Cohn, cofundador y presidente de Columbia Pictures, contrató a Castle para trabajar como director de ensayo de diálogos en la industria de Hollywood (Cabrejo Cobián, 2015: 66).

Tras dirigir varios cortometrajes, el debut de Castle como director llegó con *The Chance of a Lifetime* (Castle, 1943), que la crítica calificó como la película peor dirigida de la historia del cine (Brottman, 1997: 3). Pese a ello, Cohn concedió a Castle otra oportunidad para dirigir; y lo hizo con un thriller detectivesco titulado *The Whistler* (Castle, 1944), el cual supuso un éxito comercial y le permitió seguir dirigiendo durante los siguientes años (Castle, 1976: 26), llegando incluso a ejercer de productor asociado y director de la segunda unidad de *The Lady From Shanghai* (Welles, 1947).

Sin embargo, no fue hasta finales de los años cincuenta cuando Castle se consolidó como productor independiente, director y, lo que es más importante, como showman (Brottman, 1997: 3). Nos encontramos en un contexto donde la asistencia del público estadounidense a las salas de cine había disminuido notablemente debido, entre otros factores, al impacto de la televisión. En este

sentido, en 1946 se alcanzó un punto álgido de asistencia al cine en el país, al registrarse una media de 90 millones de entradas semanales; pero durante los diez años siguientes, la asistencia media semanal descendió rápidamente: las cifras de 1956 situaban la asistencia semanal a las salas en 46 millones, la cual iría descendiendo cada vez más (Monaco, 2003: 40).

Fue precisamente durante aquel año, en 1956, cuando el mercado del cine independiente de serie B —de bajo presupuesto— empezó a florecer en Estados Unidos, gracias a que las primeras películas de explotación —o cine *exploitation*, conformado por producciones que aglutinan la presencia de violencia, sangre, crímenes, erotismo, etc.— dirigidas al público adolescente y juvenil fueron un éxito de taquilla (Tzioumakis, 2006: 146).

Del mismo modo, a medida que las salas de arte y ensayo se introducían en el sector de la exhibición, especialmente en las costas Este y Oeste de Estados Unidos, las películas extranjeras fueron ganando adeptos durante los años sesenta. Sin embargo, los productores estadounidenses se preguntaban si la nueva generación cinematográfica se sentía realmente atraída por las formas del cine de arte y ensayo, o si estaba mejor representada mediante una mezcla de fórmulas modificadas de Hollywood servidas con efectos más sensacionalistas (Monaco, 2003: 44).

A tales efectos, el público adolescente y juvenil que se había criado en los suburbios estadounidenses de finales de los años cincuenta e inicios de los sesenta se inclinaba por películas eclécticas y ligeramente rebeldes —las llamadas *teenpics*—, que iban desde películas de terror y acción, hasta aventuras pobladas de personajes cuya presencia en pantalla expresaba cierto grado de alienación y angustia existencial (Monaco, 2003: 44-45; Tarantino, 2023: 66). El productor y la película a los que se atribuye la oleada de *teenpics* de explotación que inundarían el cine estadounidense por aquel entonces fueron Sam Katzman y su musical *Rock Around the Clock* (1956), dirigido por Fred F. Sears.

En este contexto, Castle se ubica a medio camino entre dos figuras coetáneas del cine de terror independiente de serie B que, además, lo entendían como un espectáculo en sí mismo. Por un lado, el cineasta Ed Wood —Edward D. Wood, Jr.—, situado a la vanguardia en este tipo de cine durante los años cincuenta, siendo responsable de títulos como *Bride of the Monster* (1955), *Night of the Ghouls* (1958) o *Plan 9 from Outer Space* (1959). Por otro, el productor y director Roger Corman, cuyas películas —ubicadas entre el atractivo del cine de arte y ensayo y el cine tradicional de Hollywood— fueron las que mejor definieron el rumbo que tomaron los largometrajes a mediados de los años sesenta ante el cambio de audiencia y conforme la censura del código Hays iba desapareciendo (Doherty, 2010: 6).

La fórmula cinematográfica de Corman —que supo sacar especial partido a los relatos de Poe, dirigiendo películas como *The Masque of the Red Death* (1964) o *The Tomb of Ligeia* (1964)— se basó en cuatro máximas: no gastar dinero, dar importancia al aspecto más sensacionalista, exagerar todo lo posible en la publicidad de la película y reservar el mayor número posible de salas para evitar el boca a boca (Tzioumakis, 2006: 157). Tratándose de una de las figuras fundamentales dentro de este período, Corman, además, impulsó las carreras de cineastas como Francis Ford Coppola, Joe Dante, Martin Scorsese, Brian De Palma, Jonathan Kaplan, Nathan Juran o Jonathan Demme, entre otros (Tarantino, 2023: 187).

Partiendo de estas apreciaciones, en el presente artículo nos ocuparemos de la primera etapa de consolidación del estilo de Castle, analizando su producción cinematográfica entre 1958 y 1961, si bien cabe señalar que uno de sus proyectos posteriores más ambiciosos fue *Rosemary's Baby* (Polanski, 1968), película que produjo junto a Paramount Pictures, en la cual invirtió tres millones de dólares, recaudando más de 30 millones en la taquilla estadounidense (Tzioumakis, 2006: 156). Pese a que Castle quería dirigir inicialmente este largometraje, Robert Evans, de Paramount Pictures —que era quien financiaba la película— lo instó a que ejerciera únicamente como productor —aunque también hizo un cameo esperando en una cabina telefónica— y delegara la dirección al famoso cineasta franco-polaco, de quien Castle era admirador (Castle, 1976: 227-229; Derry, 2009: 6).

Asimismo, cabe señalar que la autobiografía de Castle, titulada *Step Right up! I'm Gonna Scare the Pants off America* (1976), supone una de las obras de referencia que más trabajos ha inspirado la figura del director y productor. Del mismo modo, y salvo algunas excepciones (Cabrejo Cobián, 2015; Lozano Delmar, 2015), los estudios académicos monográficos derivados de la obra de Castle proceden principalmente de investigadores anglófonos. Ni siquiera la autobiografía de Castle ha sido traducida a otros idiomas, excepto al francés. No obstante, otra excepción nos sitúa en el célebre cineasta Luigi Cozzi, quien coordinó el primer libro en italiano sobre Castle, titulado *Passi nella notte. Il cinema di William Castle* (2016). En él, Cozzi aportó sus propias valoraciones en torno a Castle, además de traducir extractos de su autobiografía, incluyendo intervenciones de Joe Dante —para el prefacio—, Terry Castle —hija de William Castle— o Robb White —guionista habitual de Castle—.

Bajo estos aspectos, dentro de los investigadores anglófonos se halla el experto en cine de terror Murray Leeder (2011; 2016; 2018) como uno de los principales exponentes contemporáneos. Con anterioridad a los trabajos de Leeder, sin embargo, otros investigadores como Brottman (1997), Law (2000), Heffernan (2002; 2004), Derry (2009) o Doherty (2010) también se han acercado a la obra de

Castle en el contexto del cine de terror independiente exhibido en Estados Unidos a mediados del siglo pasado, además de encontrar otros estudios publicados con posteridad, como el de Joe Jordan, titulado *Showmanship: The Cinema of William Castle* (2014), donde el autor ofrece un exhaustivo análisis diseccionando cada una de las películas del cineasta.

## 2. METODOLOGÍA

Este artículo se ha realizado mediante una investigación cualitativa centrada en el estudio de caso, tratándose del análisis que nos ha permitido abordar la obra de Castle desde un punto de vista diacrónico a través de aquellos aspectos que entroncan con los trucos publicitarios, así como los efectos especiales aplicados a tales trucos, en las películas que el cineasta produjo y dirigió entre 1958 y 1961. De este modo, y teniendo en cuenta la importancia de los estudios de caso como método de investigación, así como sus fundamentos (Eisenhardt, 1989), en el texto se analizan los aspectos más relevantes del tema que nos ocupa y dentro del período histórico señalado. Igualmente, también se acude a la revisión histórico-bibliográfica, ya que, bajo una mirada retrospectiva, se exponen diversos acontecimientos del pasado en la historia del cine acudiendo a fuentes primarias (Castle, 1976) y secundarias (Clepper, 2016; Rhodes, 2018, entre otros), incluyendo, además, las propias películas del cineasta.

## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

La figura de Castle ha pasado a formar parte de la historia del cine especialmente por los trucos o reclamos publicitarios, conocidos *gimmicks*, que el cineasta empleó para promocionar sus películas de terror de serie B (Rhodes, 2018: 367). Bajo este aspecto, entendemos el *gimmick* como un truco de marketing diseñado para atraer la atención o curiosidad de los espectadores, ya sea mediante alguna acción trivial o aportando un valor añadido gracias a una estrategia meticulosamente planificada. Para analizar los *gimmicks* de Castle, en este artículo nos centraremos específicamente en seis de sus películas, las cuales fueron estrenadas consecutivamente dentro del período que comprende nuestro estudio: *Macabre* (Castle, 1958), *House on Haunted Hill* (Castle, 1959), *The Tingler* (Castle, 1959), *13 Ghosts* (Castle, 1960), *Homicidal* (Castle, 1961) y *Mr. Sardonicus* (Castle, 1961).

### 3.1. El año macabro (1958)

Castle había trabajado para Columbia Pictures como director de películas de serie B desde 1943 hasta mediados de los años cincuenta, a menudo dirigiendo producciones del anteriormente citado Sam Katzman (Tzioumakis, 2006: 155). Posteriormente, en 1958, Castle participó en la dirección y producción de diversos capítulos de series televisivas para compañías como MWC o ZIV Television Programs (Jordan, 2014: 11). Además, también fue el año en el que Castle fundó su propia productora —William Castle Productions—, especializándose en el cine de terror de serie B y controlando cómo se presentarían sus películas a la audiencia, más allá de la fase de distribución (Davis, 2012: 80-81). Sin embargo, Castle no se centraría exclusivamente en el público adolescente y juvenil, pues también se dirigiría a niños de nueve años (Tzioumakis, 2006: 154).

El incidente incitador para especializarse en este tipo de cine, no obstante, tuvo lugar cuatro años antes, con el estreno de la película francesa *Les Diaboliques* (Clouzot, 1955), la cual cosechó un elevado éxito a nivel internacional (Law, 2000: 23). En su trama, Paul Meurisse interpretó a Michel Delassalle, el sádico director de un internado, cuya esposa y amante acaban con su vida ahogándolo y arrojando su cadáver a la sucia piscina de dicho lugar. Sin embargo, cuando se vacía la piscina para limpiarla, el cuerpo de Delassalle ha desaparecido, y los sucesivos avistamientos del director comienzan a hacer enloquecer a sus asesinas.

Castle descubrió una historia que poseía semejanzas con la película de Henri-Georges Clouzot, además de ecos góticos cercanos a los relatos de Poe —lo cual entronca con las producciones de Corman—, tras la lectura de la novela *The Marble Forest* (Durrant, 1951). Una vez adquiridos los derechos del libro, Castle hipotecó su casa para poder financiar la película con un presupuesto de tan solo 80.000 dólares (Doherty, 2010: 137), a la que bautizó con un título también con acento francófono: *Macabre*. Con el guion adaptado de Robb White, la historia de *Macabre* nos presenta al Dr. Rodney Barrett, interpretado por William Prince, cuya hija de tres años, interpretada por Linda Guderman —siendo la única película en la que participó—, ha sido secuestrada y enterrada viva, disponiendo únicamente de cinco horas para encontrarla y rescatarla.

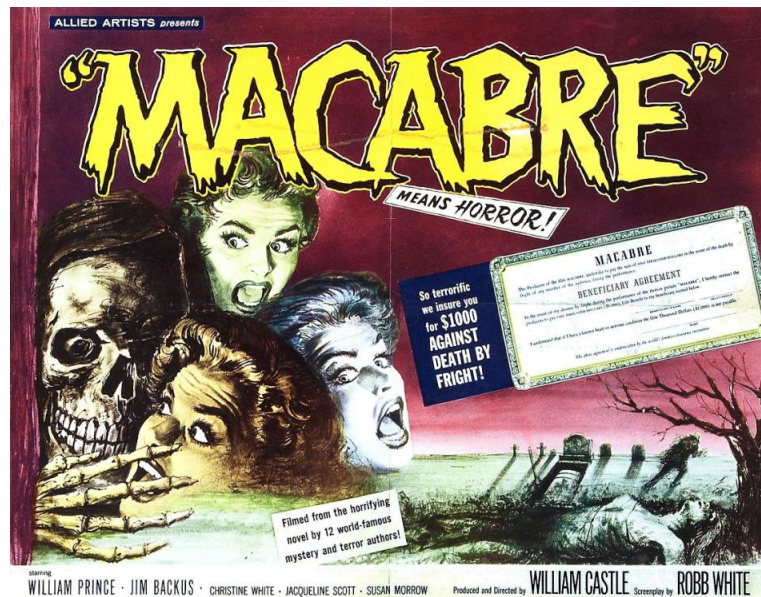


Imagen 1. Afiche de *Macabre*.

Fuente: William Castle Productions/Allied Artists (1958).

Para llamar la atención del público, advirtiendo que *Macabre* era la película más aterradora jamás filmada, Castle convenció a la compañía Lloyd's of London para que asegurara a cada espectador con una póliza de 1.000 dólares, en el caso de que alguno de ellos muriera de miedo o quisiera suicidarse durante la proyección (Brottman, 1997: 4). Como cabría esperar, este *gimmick* hizo que *Macabre* fuera un éxito de taquilla, recaudando casi un millón y medio de dólares (Doherty, 2010: 137), a pesar de la mala crítica recibida y del supuesto terror que pudiera despertar en los espectadores, ya que nadie hizo uso de la póliza (Castle, 1976: 160; Cabrejo Cobián, 2015: 66). Del mismo modo, este *gimmick* allanó el camino para trucos aún más extraños, los cuales llegarían con los estrenos de sus siguientes películas.

### 3.2. Llegan los efectos *Emergo y Percepto!* (1959)

Durante el período comprendido entre el estreno de *Les Diaboliques*, en 1955, y *Psycho* (Hitchcock, 1960), la casa encantada fue un elemento dominante en el terror sobrenatural estadounidense (Derry, 2009: 27). Es en este contexto cuando, en el mes de febrero de 1959, se estrenó *House on Haunted Hill*, la siguiente película de Castle. En ella, su director y productor aparecía al principio de la misma para presentarla, algo que se iría repitiendo a partir de entonces en su filmografía. Del mismo modo, con esta película Castle introdujo un nuevo *gimmick*, pero esta vez iba acompañado de unos rudimentarios efectos especiales mecánicos.

En *House on Haunted Hill*, Vincent Price interpretó a Frederick Loren, un excéntrico millonario que junto a su cuarta esposa, Annabelle, interpretada por Carol Ohmart, invitan a cinco personas a una mansión supuestamente encantada que han alquilado, ofreciéndoles 10.000 dólares por pasar allí la noche. Estos invitados son el dueño de la mansión, cuyo hermano fue asesinado en ella tiempo atrás, una periodista, un piloto, una secretaria que trabaja para Loren y un psiquiatra. Los invitados deberán estar incomunicados entre ellos durante la noche, si bien Loren los abastece con armas de fuego.

Castle (2011: 6) pretendía jugar con las falsas apariencias desde el principio de la película, ya que, en realidad, todo lo que sucede en la mansión es un montaje de Loren. Las escenas que van desarrollándose a lo largo de la trama recuerdan a las películas de la producción Hammer, al cine de Corman y al género policíaco *whodunit* en general. No obstante, una de las escenas más memorables tiene lugar al final de la película, cuando Loren utiliza un esqueleto falso, manipulado mediante cuerdas, para perseguir a su esposa hasta arrojarla al interior de un pozo.

Castle invirtió 150.000 dólares en la película y otros 250.000 dólares en su *gimmick*, al que llamó efecto *Emergo* (Doherty, 2010: 138). Este consistió en la instalación de un esqueleto de plástico de tres metros que brillaba en la oscuridad y aparecía flotando por encima de los espectadores en un momento específico de la proyección (Leeder, 2018: 6). En ocasiones, el esqueleto se quedaba atascado entre sus cables o caía accidentalmente sobre el público, el cual quedaba estupefacto (Brottman, 1997: 4). Bajo el intento de conseguir un efecto de cine expandido y metanarrativo, *Emergo* funcionó durante las primeras proyecciones, ya que en las posteriores los espectadores ya habían sido avisados de la sorpresa, hasta el punto de que el público más incívico arrojaba objetos al esqueleto (Heffernan, 2004: 98-99). De hecho, un espectador llegó a arrancarle una pierna, dando lugar a que el encargado de manejar los cables amenazara con detener la proyección (Cabrejo Cobián, 2015: 66).

*House on Haunted Hill* supuso otro éxito de taquilla para Castle, pues recaudó dos millones y medio de dólares, lo cual le permitió seguir rodando (Jordan, 2014: 22). Además, esta misma película fue objeto de un remake, dirigido por William Malone, el cual fue estrenado en 1999. Del mismo modo, Castle volvería a contar con Vincent Price como estrella principal en su siguiente película, aunque se trataría de la segunda y última colaboración entre ambos.





**Imagen 2.** Proyección de *House on Haunted Hill*.

Fuente: Arthur Fellig/International Center of Photography/Getty Images (1959).

En agosto de aquel mismo año, Castle estrenó *The Tingler* —titulada *Escalofrío* en España y *El aguijón de la muerte* en Hispanoamérica—. En su historia, Vincent Price interpretó a Warren Chapin, un patólogo obsesionado con el estudio del miedo y sus efectos, quien sospecha que muchas personas que han muerto por miedo extremo han sido asesinadas por un extraño parásito formado en la columna vertebral. Sobre este parásito, al que Chapin llama Tingler, Castle (1976: 150) lo describió como una especie de langosta plana, acompañada de largas y viscosas antenas en lugar de pinzas. Chapin, además, sostiene la teoría de que el parásito solamente puede ser extraído si se grita de miedo compulsivamente. De no hacerlo, la criatura podría acabar con la vida de su huésped.

Posteriormente, Chapin conoce a Ollie y Martha Higgins, propietarios de una sala de cine. Como Martha Higgins es sordomuda, Chapin tiene la ocurrencia de comprobar con ella si su teoría es correcta. En este sentido, la mujer no posee la capacidad de gritar, por lo que el miedo extremo daría lugar a que el parásito apareciera sin problemas dentro de ella. Para inducir pesadillas sobre Higgins, Chapin consulta un libro ficticio titulado *Fright Effects Induced by Injection of Lysergic Acid LSD 25*, tratándose de la primera vez en la que se citó el LSD, o la representación de su consumo, en una película de Hollywood (Doherty, 2010: 138; Stoessel, 2020: 17). Finalmente, la mujer muere literalmente de miedo; y cuando el

patólogo le hace la autopsia, descubre que el parásito ha crecido con rapidez, el cual termina escapando a la sala de cine propiedad de los Higgins.

Los efectos especiales del nuevo *gimmick* de Castle, publicitado como la sensación *Percepto!*, fueron más sofisticados que su anterior *Emergo*. Esta vez, para la proyección de la película se instalaron unos motores —empleados comúnmente para descongelar las alas de los aviones— en las butacas de las salas (Castle, 1976: 153-154). Estos motores emitían unas leves descargas eléctricas (Heffernan, 2002: 56), aunque sólo sorprendían a algunos espectadores, ya que únicamente se pagó el cableado de una décima parte de los asientos de cada sala (Heffernan, 2004: 100). La sensación *Percepto!* se activaba en dos momentos de la película. Uno de ellos tenía lugar cuando Higgins salía inesperadamente de debajo de una sábana. En dicha escena, el proyccionista tenía instrucciones de activar los motores cada nueve segundos (Castle, 1976: 154).

El otro momento sucedía cuando el parásito se había escondido en la sala de cine. De repente, el público que veía al Tingle arrastrándose sobre la superficie del proyector —proyectándose sobre la pantalla en blanco—, se convertía en el público que veía la película *The Tingler* (Stoessel, 2020: 19). En ese instante, se oscurecía la pantalla, se apagaban las luces de la sala, se activaban los motores y los espectadores saltaban de sus asientos y gritaban (Leeder, 2011: 773). A su vez, se escuchaba la voz de Vincent Price, en su rol de *mad doctor*, pidiéndoles a estos que gritaran por sus vidas, ya que el monstruo andaba suelto por la sala (Doherty, 2010: 138; Cabrejo Cobián, 2015: 67). Cuando volvían a encenderse las luces, una mujer del público situada en una de las primeras filas —una actriz contratada— gritaba y se desmayaba, llevándosela en camilla unos médicos estratégicamente preparados para la ocasión (Stoessel, 2020: 27; Law, 2000: 112).

El impacto sociocultural de *The Tingler* dio lugar a que directores tan consagrados como John Waters (1987: 57) describieran la película como el mejor recuerdo de su juventud. Además, el largometraje supuso el primer caso de sensación táctil en la historia del cine (Stoessel, 2020: 1-2), donde algunos espectadores podían llegar a sentir parte de los sentimientos de los personajes (Wilson, 2018). Del mismo modo, tras las proyecciones entre agosto y septiembre de 1959 en Baltimore, Boston y Detroit, la película se exhibió en un elevado número de ciudades durante la época de Halloween, aprovechando la festividad y el truco publicitario (Heffernan, 2004: 98), brindando a Castle la capacidad de llegar a públicos de todas las edades (Jordan, 2014: 31), así como de estimular con *Percepto!* a más de 20 millones de espectadores (Castle, 1976: 153).



Imagen 3. Afiche de *The Tingler*.

Fuente: William Castle Productions/Ronald Grant Archive/Alamy Stock Photo (1959).

Con *The Tingler*, Castle ya había sentado las bases de lo que supondría el futuro de su trayectoria profesional dentro del cine de terror de serie B, el cual continuaría modelando siguiendo el ejemplo de P. T. Barnum (Brottman, 1997: 4). Del mismo modo, *The Tingler* recaudó más de dos millones de dólares, partiendo de un presupuesto de 400.000, erigiéndose como otra gran fuente de ingresos para el cineasta (Wilson, 2018). Con su siguiente *gimmick*, sin embargo, Castle se acercó a los efectos especiales dentro de la propia pantalla a través del visionado mismo de la película.

### 3.3. *Illusion-O para ver (o no) fantasmas (1960)*

*13 Ghosts* fue la siguiente película dirigida y producida por Castle, la cual apareció en el período donde el cineasta gozaba de mayor popularidad (Bessette, 2018: 115). Su trama aborda la historia de 12 fantasmas que habitan una casa, con la intención de encontrar a alguien que se convierta en el fantasma número 13. Uno de estos fantasmas, el Dr. Plato Zorba, fue el propietario original de la casa antes de legarla a su sobrino, el paleontólogo Cyrus Zorba, interpretado por Donald Woods, pero con la condición de que este último se mude a dicho lugar. Cyrus y su arruinada familia se mudan a la casa y buscan la fortuna que el Dr. Zorba dejó allí escondida, el cual, además, fue un experto en lo oculto que pasó parte de su vida capturando fantasmas, hasta llegar a inventar unas gafas especiales que permitían ver a tales

figuras espectrales. En esos momentos de la película donde aparecían fantasmas, los espectadores utilizaban el siguiente *gimmick* ideado por el cineasta, al que llamó *Illusion-O* (Castle, 1976: 162).

*Illusion-O* eran unas gafas de celofán que les habían sido entregadas a los espectadores antes de acceder a la sala, pero no tenían la apariencia de unas gafas tradicionales, sino que se componían de dos visores estrechos y alargados, para emplear ambos ojos a la vez en un único visor, encontrando uno superior de color rojo para ver a los azulados fantasmas, y otro inferior de color azul para no verlos (Law, 2000: 121). En los momentos clave, el público leía en pantalla el texto *Use Viewer* para que se pusiera las gafas, además de haber sido informado previamente por el propio Castle en el tráiler de la película, conocido como *hosted trailer* (Lozano Delmar, 2015: 129). De este modo, los espectadores podían decidir si eran lo suficientemente valientes o no para ver los fantasmas, que idealmente se volverían invisibles a través del celofán azul, aunque en la práctica el efecto era imperfecto, independientemente de la opción elegida (Francis Jr., 2013: 102-103); además de que normalmente se utilizaban ambos visores por la mera curiosidad de poder comparar las imágenes (Stoessel, 2020: 32-34).

Con *13 Ghosts*, Castle ofreció una experiencia que requería que los espectadores se comprometieran a participar mediante el visionado de una película donde se ofrecía un modelo diferente de narrativa (Clepper, 2016: 54). Si bien la película —con un argumento poco novedoso— y su *gimmick* recibieron diversas críticas negativas (Stoessel, 2020: 35), se trata de una de las obras más efectistas de Castle, cuyo valor añadido con *Illusion-O* confiere al público una inusual capacidad de decisión (Bessette, 2018: 115). Aunque la película recaudó más de un millón y medio de dólares, partiendo de un presupuesto de 500.000, la creación de *Illusion-O* costó miles de dólares, hasta el punto de que el cineasta llegó a arrepentirse por este esfuerzo (Castle, 1976: 162-163).



**Imagen 4.** Fotograma del *Hosted trailer* de *13 Ghosts*, donde Castle explica el funcionamiento de *Illusion-O*. Fuente: William Castle Productions/Columbia Pictures (1960).

Cabe señalar que, además de crear este *Ghost Viewer*, en su campaña de marketing, una carroza que anunciaba la película recorrió Nueva York y apareció en la Republican National Convention; e incluso varias personas contratadas iban disfrazadas de fantasmas y sostenían pancartas con lemas como “Bill Castle, The Only Candidate with a Ghost of a Chance” o “He Carries His Own Delegates: 13 Ghosts” (Castle, 1976: 163). Este tipo de acciones, junto al propio *gimmick*, fraguaron el caldo de cultivo idóneo para que *13 Ghosts* se convirtiera con el paso del tiempo en un clásico del terror de serie B, que, además, en 2001 regresó a las pantallas a través del remake dirigido por Steve Beck.

### 3.4. Homicidios y castigos (1961)

A continuación, en 1961, constituyendo el último año que comprende el período presentado en este artículo, se estrenaron las películas *Homicidal* y *Mr. Sardonicus* durante los meses de junio y octubre, respectivamente.

La trama de *Homicidal* aborda la relación de Miriam Webster, interpretada por Patricia Breslin, con su hermanastro Warren y su esposa Emily. Al final de la historia, y tras presenciar varios asesinatos empleando un cuchillo, se descubre que Warren y Emily son la misma persona. El cineasta quiso que ambos personajes los interpretara una actriz desconocida para el gran público —Joan Marshall, bajo el falso crédito de Jean Arless—, ya que si alguien reconocía a la persona no funcionaría la sorpresa y sabría de antemano que se trataba de un hombre o de una mujer (Castle, 1976: 173; Derry, 2009: 355).

Esta concepción del travestismo asociado a la esquizofrenia del asesino, provisto también de un cuchillo como arma homicida, nos remite irremediablemente a Hitchcock y a su largometraje, anteriormente citado, *Psycho*, estrenado un año antes. Hitchcock —quien ya gozaba de elevada popularidad gracias a su programa de televisión (Lev, 2003: 167)— tuvo la idea de crear una película de terror utilizando un *gimmick* tras descubrir los éxitos que estaba cosechando Castle, pero inspirándose también en *Les Diaboliques* (Stoessel: 2020: 36), como hizo este último, recordemos, varios años atrás con *Macabre*.

A lo largo de su trayectoria, Hitchcock no utilizó tantos *gimmicks* como Castle, aunque no le importó aparecer en sus propios tráileres (Lozano Delmar, 2015: 128-129). En el tráiler de *Psycho*, Hitchcock hace un recorrido por las localizaciones de la película y, a continuación, descorre la cortina de la ducha. Sin embargo, la mujer que aparece no es Janet Leigh, que muere asesinada, sino Vera Miles, que no muere. De este modo, antes de entrar en la sala de cine, cuyo acceso estaba prohibido una vez iniciada la proyección de la película —completándose así este *gimmick*—, los

espectadores ya sabían que el asesinato tendría lugar en la ducha, por lo que Hitchcock disminuyó deliberadamente la sorpresa para aumentar el suspense, logrando un abrumador éxito de taquilla, pues partiendo de un presupuesto de 800.000 dólares, recaudó 32 millones a nivel internacional (Derry, 2009: 29).

Por su parte, Castle declaró no copiar deliberadamente *Psycho* porque *Homicidal* era una historia diferente, pero ambas tenían los mismos ingredientes impactantes y ambos cineastas disponían de un *gimmick*, a través del cual Castle sí que trató de vencer a Hitchcock (Castle, 1976: 174-175; Derry, 2009: 354). Para ello, a cada espectador que entraba a la sala de cine para ver *Homicidal* se le entregaba un boleto que podía canjear en la taquilla, recuperando así su dinero, cuando aparecía en la pantalla una cuenta atrás de 45 segundos —llamada *Fright Break*—, dos minutos antes de terminar la película (Castle, 1976: 175; Stoessel, 2020: 37; Derry, 2009: 27). También se escuchaba la voz de Castle, respaldada por el audio de un latido, anunciando que aquellas personas que estuvieran demasiado asustadas para ver el final de la película, podían abandonar la sala y obtener el reembolso íntegro de la entrada (Brottman, 1997: 4).

Con este nuevo *gimmick*, la película se anunciaba con una garantía de devolución del dinero si el espectador estaba demasiado asustado para soportar la escena de más suspense de la película. Durante la primera proyección salieron muy pocos espectadores de la sala de cine en el *Fright Break*, algunos únicamente para comprobar si efectivamente se devolvía el dinero de la entrada (Derry, 2009: 354). Del mismo modo, Castle quería proteger el final de su película para evitar que los espectadores se aprovecharan del *Fright Break*, utilizando como eslogan la frase: “Ladies and gentlemen please do not reveal the ending of homicidal to your friends because if you do, they will kill you, and if they don’t—I will” (Leeder, 2016: 89).

En la segunda proyección de *Homicidal*, Castle invitó a los ejecutivos de Columbia Pictures para que presenciaran el éxito que estaba teniendo el *gimmick*; pero para sorpresa del cineasta, parte de los espectadores se marcharon, resultando ser personas que ya habían estado en la primera proyección, por lo que se les tuvo que devolver el dinero (Stoessel, 2020: 38). Por ello, Castle no tuvo más remedio que actualizar el *gimmick* añadiendo una especie de paseo de los cobardes, al que llamó *Coward's Corner* (Castle, 1976: 174-175). De este modo, cuando se anunciaba el *Fright Break* y alguien abandonaba su asiento, debía seguir unos pasos amarillos iluminados en el suelo, delante de todo un público que solía abuchear a quien lo hacía, junto a la presencia de una enfermera que le ofrecía una prueba de tensión arterial y, además, la voz de Castle, desde los altavoces de la sala, animaba a humillar a la persona en cuestión, la cual llegaba hasta el vestíbulo donde encontraba una

cabina de cartón amarillo en la que un perplejo empleado le entregaba un certificado de cobarde, además de devolverle el dinero (Waters, 1987: 18-19).

A pesar de no existir datos contrastables respecto al presupuesto y recaudación de *Homicidal*, de acuerdo con el cineasta, el *gimmick* terminó siendo efectivo y las salas de cine ganaron un promedio de 20.000 dólares semanales, reembolsando únicamente en torno a los 100 dólares (Castle, 1976: 176). Bajo estos aspectos, la actualización del *Fright Break* transitó desde la integración de una cuenta atrás diegética, situada en sobreimpresión sobre la propia película, hasta la incorporación de elementos externos que, en esta ocasión, no fueron efectos especiales en un sentido estricto, si bien se creó una escenografía que orbitaba en torno a la propia experiencia del visionado de la película.

Cuatro meses después, Castle estrenó *Mr. Sardonicus*. Su historia nos sitúa a finales del siglo XIX en la ficticia ciudad europea de Gorslava. El Barón Mr. Sardonicus, interpretado por Guy Rolfe, profana la tumba de su padre para recuperar un boleto de lotería de su bolsillo, el cual había resultado ganador. El cadáver posee una amplia y horrible sonrisa; y el miedo y la culpa hacen que la boca del Barón se transforme en una sonrisa sardónica semejante a la de su padre. Debido a su aspecto, el aristócrata oculta su rostro bajo una máscara, artefacto que en la trama se halla imbuido de un determinante valor histórico y sociocultural (Heller-Nicholas, 2018: 137).



Imagen 5. Afiche de *Homicidal* y una de las instalaciones del *Coward's Corner*.

Fuente: Columbia Pictures/Everett Collection Inc./Alamy Stock Photo (1961).

Con el deseo de poner fin a su tormento, el Barón convence a Sir Robert Cargrave, un famoso neurocirujano, para que le ayude a recuperar su anterior rostro. A su vez, el neurocirujano es amante de su esposa, la Baronesa Maude Sardonicus, interpretada por Audrey Dalton. Tras los intentos fallidos de Sir Robert Cargrave, el

Barón le amenaza y le exige que pruebe otros tipos de tratamientos menos ortodoxos. Para ello, el neurocirujano le inyecta un extracto de peligrosas plantas con el objetivo de recrear el trauma del Barón. Como resultado, la operación resulta un éxito y el rostro se restaura, si bien Sir Robert Cargrave aconseja al Barón que no hable hasta que sus músculos faciales se hayan adaptado de nuevo.

Posteriormente, el Barón, que ya conoce la relación entre el neurocirujano y su mujer, escribe una nota a esta última liberándola de su matrimonio y otra a Sir Robert Cargrave pidiéndole sus honorarios, los cuales este último rechaza. Cuando los amantes están preparados para huir juntos en un tren, el Barón pierde la capacidad de hablar, sin poder mover ni un solo músculo de su mandíbula. En ese instante, el neurocirujano revela que la aflicción del Barón era únicamente psicosomática y que solo le había administrado un placebo mediante una inyección de agua.

En *Mr. Sardonicus*, cuando los espectadores accedían a la sala de cine recibían un cartel donde aparecía un pulgar hacia arriba y hacia abajo, el cual brillaba en la oscuridad; y, en el tercer acto, Castle aparecía en la película para preguntar a los espectadores si el protagonista debía ser castigado o no. A continuación, Castle empezaba a hacer un recuento de los carteles levantados por la propia audiencia. Si bien se creaba una sensación de participación por parte de los espectadores, el resultado de dicho recuento siempre era el mismo; es decir, solamente existía un único final, donde el protagonista era castigado (Leeder, 2018: 6). Este nuevo *gimmick* se denominó *Punishment Poll* (Castle, 1976: 182).



**Imagen 6.** Fotograma de *Mr. Sardonicus*, donde Castle lleva a cabo el falso recuento.

Fuente: William Castle Productions/Columbia Pictures (1961).

*Mr. Sardonicus* fue la primera película que pretendía implementar cierta interactividad en su relato (Heller-Nicholas, 2018: 146-147), pero como el resultado



siempre era el mismo —castigar al Barón—, el público finalmente terminó dándose cuenta de la treta (Cabrejo Cobián, 2015: 67). En este sentido, aunque Castle afirmó en varias ocasiones que *Mr. Sardonicus* tenía dos finales, existiendo un segundo final indulgente donde el Barón se curaba y sobrevivía, no hay pruebas de que se rodara (Stoessel, 2020: 43). De hecho, y contradiciendo a Castle, la actriz Audrey Dalton llegó a afirmar en una entrevista que nunca se rodó tal final (Weaver, 2002: 54).

Por los aspectos expuestos, aunque Castle está considerado el inventor del cine de terror interactivo (Lozano Delmar, 2015: 129), mientras que en *13 Ghosts* el público podía cambiar la experiencia de la película en aspectos relativamente significativos (Bessette, 2018: 115), con *Mr. Sardonicus* no tenía ningún poder de decisión, situara el pulgar hacia arriba o hacia abajo, siendo asimismo un sistema de votación que fue sustituido por las luces de los coches en los autocines (Law, 2000: 162), lugares que gozaron de gran atractivo en la cultura estadounidense, sobre todo a mediados de los años cincuenta, si bien su declive comenzaría a partir de 1958 —tres años antes del estreno de *Mr. Sardonicus*—, año en el que alcanzaron su punto más alto de popularidad (Monaco, 2003: 46). No obstante, y a pesar de no existir datos contrastables respecto al presupuesto y recaudación de la película, hoy en día se ha convertido en otro clásico del cine de terror de serie B, tratándose, además, de una de las películas favoritas del cineasta (Castle, 1976: 183-184).

#### 4. CONCLUSIONES

Desde 1958 a 1961, los trucos publicitarios de Castle constituyeron la consolidación de un estilo, lo cual pone de relieve la importancia del cineasta a la hora de ofrecer un valor añadido de carácter sociocultural a la industria independiente cinematográfica. Bajo este aspecto, Castle fue pionero en la implantación de ocurrentes e ingeniosos *gimmicks* bajo un objetivo económico, pero también con la intención de interactuar con los espectadores en un contexto anterior a Internet. De este modo, encontramos *gimmicks* de carácter más social, como los de *Macabre*, *Homicidal* y *Mr. Sardonicus*; y otros más aferrados a los efectos especiales, como los de *House on Haunted Hill*, *The Tingler* y *13 Ghosts*. Por tanto, su visión permitió a Castle acercarse con mayor detalle a las relaciones que se podían establecer entre los espectadores y las películas que iban a ser proyectadas.

En cuanto al legado de Castle, aunque actualmente sus efectos especiales se han reconfigurado tecnológicamente para situarse en exposiciones, museos o parques de atracciones, las experiencias interactivas e inmersivas siguen manteniendo su atractivo puntualmente en la industria del cine espectáculo contemporáneo, especialmente con los grandes éxitos de taquilla. Sin embargo, la

propia participación de los espectadores durante la proyección suele ser algo, hoy por hoy, más insólito, tratándose de una práctica aplicable solo a ciertos títulos de culto, siendo *The Rocky Horror Picture Show* (Sharman, 1975) el caso más paradigmático. Por ello, podemos afirmar que las aportaciones de Castle, desde una perspectiva social y bajo el sello de un único autor, no han vuelto a repetirse.

Del mismo modo, la influencia de Castle —compartiendo pasión y otros aspectos de sus coetáneos Ed Wood y Roger Corman— también ha permeado sobre otros cineastas. Uno de ellos fue Wes Craven, cuya ópera prima *The Last House on the Left* (1972) fue promocionada con el eslogan: “To avoid fainting, keep repeating, It’s only a movie... Only a movie... Only a movie...”, extraído de la película *Strait-Jacket* (Castle, 1964), titulada en España *El caso de Lucy Harbin*. Otro caso conocido es el de John Waters, quien, además de interpretar al propio Castle en la serie televisiva *Feud* (Murphy et al., 2017), creó una tarjeta —a la que llamó *Odorama*—, la cual contenía distintos olores y era entregada a los espectadores cuando accedían a la sala de cine para ver su película *Polyester* (1981), teniendo que olerla en determinadas escenas (Waters, 1987: 20).

Un año después, Frank Henenlotter hizo que a los espectadores que acudieron al estreno de *Basket Case* (1982) se les entregara una máscara para evitar que les salpicara la sangre procedente de la película. Joe Dante, por su parte, rindió homenaje a la figura de Castle con su película *Matinée* (1993), donde John Goodman interpretó al cineasta Lawrence Woolsey, trasunto de Castle. Dante, además, perteneció al club de fans de Castle, que llegó a congregarse a 250.000 miembros (Cabrejo Cobián, 2015: 67). Cabe señalar que con *Matinée*, Dante logró dar nuevamente visibilidad a la figura de Castle, del mismo modo que Tim Burton hizo con la de Ed Wood un año después.

Asimismo, a finales del siglo pasado se creó la productora Dark Castle Entertainment con el objetivo, en parte, de producir varios remakes del cineasta; y dentro del siglo actual, algunos casos en la periferia independiente del cine de terror bajo la influencia de Castle son el de Christian Mielmann, cuya película *Last Call* (2010) ofreció una experiencia interactiva a los espectadores utilizando sus teléfonos móviles durante la proyección de la película, o el de Lucky McKee, que en la proyección de su película *The Woman* (2011) se repartieron bolsas de vómito.

Sin embargo, aunque el cine, y especialmente el cine de terror, ha evolucionado rápidamente a lo largo de los años, esta evolución no ha ido al mismo paso que su propia experimentación, en relación al estudio de los estímulos de los espectadores. Salvo casos como los ya citados, junto a los de otros cineastas como Guy Shermardine o Kyle Edward Ball, el deseo de conocer con un mayor grado de

detalle los estímulos de los espectadores a través del terror es poco frecuente. En el mejor de los casos, nos encontramos ante películas que adoptan la estructura clásica heredera de la literatura de siglos atrás; pero el peor de los casos se da cuando tenemos la sensación de que miramos más hacia el cine pasado, hacia lo ya creado, para ver de qué modo se podría actualizar la misma historia de terror —las nuevas *horror teenpics*—, cristalizando en un producto más digerible por parte de las nuevas generaciones de espectadores.

Más allá de su talento artístico, debatible en muchas ocasiones, es innegable que Castle fue un visionario del marketing cinematográfico, cuyos trucos —y efectos especiales dentro de estos— le permitieron disfrutar de una extensa trayectoria cinematográfica, con futuras películas como *Zotz!* (Castle, 1962), donde introdujo un incipiente efecto *bullet time*; *13 Frightened Girls* (Castle, 1963), para la que convocó un casting con el fin que niñas de 13 países diferentes compitieran por los papeles de las hijas de los personajes; la anteriormente citada *Strait-Jacket*, escrita por Robert Bloch —autor de la novela en la que se basó *Psycho*— y protagonizada por Joan Crawford en su etapa de decadencia, la cual llevó a cabo varias performances provista de un hacha; o *I Saw What You Did and I Know Who You Are!* (Castle, 1965), donde Castle hizo diversas bromas telefónicas en relación a la trama e instaló cinturones en las butacas de las salas para evitar que los espectadores se levantaran. En definitiva, Castle convirtió el cine de terror de serie B en toda una experiencia para ser disfrutada —en su máximo esplendor— de manera colectiva y dentro de una sala de cine. Se trata de dos aspectos que, cada vez más, observamos como propios de una época ya lejana en el tiempo, la cual ya no guarda relación con los hábitos contemporáneos de los espectadores, que han evolucionado hacia una experiencia de visionado más multipantalla y, del mismo modo, menos social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bessette, E. (2018). "How to View *13 Ghosts*". En Leeder, M. (ed.). (2018). *ReFocus: The Films of William Castle*. Edimburgo: Edinburgh University Press. pp. 115-136.
- Castle, W. (1976). *Step Right up! I'm Gonna Scare the Pants off America*. Nueva York: Putnam.
- Castle, W. (2011). *House on Haunted Hill: A William Castle Annotated Screampalay*. Nueva York: William Castle Productions.
- Cozzi, L. (2016). *Passi nella notte. Il cinema di William Castle*. Roma: Profondo Rosso.
- Davis, B. (2012). *The Battle for the Bs: 1950s Hollywood and the Rebirth of Low-Budget Cinema*. Nuevo Brunswick: Rutgers University Press.

- Derry, C. (2009). *Dark Dreams 2.0. A Psychological History of the Modern Horror Film from the 1950s to the 21st Century*. Jefferson: McFarland & Company.
- Doherty, T. (2010). *Teenagers And Teenpics: Juvenilization Of American Movies*. Filadelfia: Temple University Press.
- Durrant, T. (1951). *The Marble Forest*. Londres: Allan Wingate.
- Francis Jr., J. (2013). *Remaking Horror: Hollywood's New Reliance on Scares of Old*. Jefferson: McFarland & Company.
- Heffernan, K. (2004). *Ghouls, Gimmicks, and Gold: Horror Films and the American Movie Business, 1953-1958*. Durham: Duke University Press.
- Heller-Nicholas, A. (2018). "Chaos Made Flesh: Mr. Sardonicus (1961) and the Mask as Transformative Device". En Leeder, M. (ed.). (2018). *ReFocus: The Films of William Castle*. Edimburgo: Edinburgh University Press. pp. 137-150.
- Jordan, J. (2014). *Showmanship: The Cinema of William Castle*. Georgia: BearManor Media.
- Law, J. W. (2000). *Scare Tactic: The Life & Films of William Castle*. California: Writers Club Press.
- Leeder, M. (2016). "The Humour of William Castle's Gimmick Films". En Miller, C. J.; Bowdoin Van Riper, A. (eds.). (2016). *The Laughing Dead: The Horror-Comedy Film from Bride of Frankenstein to Zombieland*. Maryland: Rowman & Littlefield. pp. 87-101.
- Leeder, M. (2018). "Introduction: The Many Castles". En Leeder, M. (ed.). (2018). *ReFocus: The Films of William Castle*. Edimburgo: Edinburgh University Press. pp. 1-17.
- Lev, P. (2003). *The Fifties: Transforming the Screen, 1950-1959*. California: University of California Press.
- Monaco, P. (2003). *The Sixties: 1960-1969*. California: University of California Press.
- Rhodes, G. D. (2018). *The Birth of the American Horror Film*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Tarantino, Q. (2023). *Meditaciones de cine*. Barcelona: Reservoir Books.
- Tzioumakis, Y. (2006). *American Independent Cinema. An Introduction*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Waters, J. (1987). *Crackpot. The Obsessions of John Waters*. Nueva York: Vintage Books.
- Weaver, T. (2002). *Science Fiction Confidential: Interviews with 23 Monster Stars and Filmmakers*. Jefferson: McFarland & Company.

## RECURSOS ONLINE

- Brottman, M. (1997). "Ritual, Tension, and Relief: The Terror of "The Tingler"". En: *Film Quarterly*, vol. 50, n° 4, pp. 2-10. DOI: <https://doi.org/10.2307/1213440>
- Cabrejo Cobián, J. C. (2015). "William Castle: el mago del espanto". En: *Ventana Indiscreta*, n° 14, pp. 65-67. Recuperado el 11 de mayo de 2023 de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/2928>
- Clepper, C. (2016). ""Death by Fright": Risk, Consent, and Evidentiary Objects in William Castle's Rigged Houses". En: *Film History*, vol. 28, n° 3, pp. 54-84. DOI: <https://doi.org/10.2979/filmhistory.28.3.04>
- Eisenhardt, K. M. (1989). "Building Theories from Case Study Research". En: *The Academy of Management Review*, vol. 14, n° 4, pp. 532-550. DOI: <https://doi.org/10.2307/258557>
- Heffernan, K. (2002). "The Hypnosis Horror Films of the 1950s: Genre Texts and Industrial Context". En: *Journal of Film and Video*, vol. 54, n° 2/3, pp. 56-70. Recuperado el 11 de mayo de 2023 de <http://www.jstor.org/stable/20688380>
- Leeder, M. (2011). "Collective Screams: William Castle and the Gimmick Film". En: *The Journal of Popular Culture*, vol. 44, n° 4, pp. 773-795. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2011.00862.x>
- Lozano Delmar, J. (2015). "Aproximación a la definición de *hosted trailer* a través de la obra de Cecil B. DeMille, Alfred Hitchcock y William Castle". En: *L'Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, n° 19, pp. 125-132. Recuperado el 11 de mayo de 2023 de <https://bit.ly/3Mex5H2>
- Stoessel, J. (2020). "Percepto! The Birth of Haptic Cinema". En: Worcester Polytechnic Institute. Recuperado el 11 de mayo de 2023 de <https://core.ac.uk/works/95571286>
- Wilson, K. (2018). "*The Tingler* (1959)". En: Horror Film History. Recuperado el 11 de mayo de 2023 de <https://horrorfilmhistory.com/wp/the-tingler-1959/>

## FILMOGRAFÍA

- Beck, S. (Director). (2001). *13 Ghosts* [Película]. Dark Castle Entertainment.
- Browning, T. (Director). (1931). *Dracula* [Película]. Universal Pictures.
- Castle, W. (Director). (1943). *The Chance of a Lifetime* [Película]. Columbia Pictures.
- Castle, W. (Director). (1944). *The Whistler* [Película]. Larry Darmour Productions.
- Castle, W. (Director). (1958). *Macabre* [Película]. William Castle Productions.
- Castle, W. (Director). (1959). *House on Haunted Hill* [Película]. William Castle Productions.
- Castle, W. (Director). (1959). *The Tingler* [Película]. William Castle Productions.

- Castle, W. (Director). (1960). *13 Ghosts* [Película]. William Castle Productions.
- Castle, W. (Director). (1961). *Homicidal* [Película]. Columbia Pictures.
- Castle, W. (Director). (1961). *Mr. Sardonicus* [Película]. William Castle Productions y Columbia Pictures.
- Castle, W. (Director). (1962). *Zotz!* [Película]. Columbia Pictures.
- Castle, W. (Director). (1963). *13 Frightened Girls* [Película]. William Castle Productions.
- Castle, W. (Director). (1964). *Strait-Jacket* [Película]. Columbia Pictures.
- Castle, W. (Director). (1965). *I Saw What You Did and I Know Who You Are!* [Película]. William Castle Productions.
- Clouzot, H. G. (Director). (1955). *Les Diaboliques* [Película]. Vera Films.
- Corman, R. (Director). (1964). *The Masque of the Red Death* [Película]. Alta Vista Productions y American International Productions.
- Corman, R. (Director). (1964). *The Tomb of Ligeia* [Película]. Alta Vista Productions y American International Productions.
- Craven, W. (Director). (1972). *The Last House on the Left* [Película]. Lobster Enterprises.
- Dante, J. (Director). (1993). *Matinée* [Película]. Universal Pictures.
- Henenlotter, F. (Director). (1982). *Basket Case* [Película]. Basket Case Productions.
- Hitchcock, A. (Director). (1960). *Psycho* [Película]. Paramount Pictures.
- Malone, W. (Director). (1999). *House on Haunted Hill* [Película]. Dark Castle Entertainment.
- McKee, L. (Director). (2011). *The Woman* [Película]. Modernciné.
- Mielmann, C. (Director). (2010). *Last Call* [Película]. Film Deluxe GmbH.
- Murphy, R.; Minear, T.; Pitt, B.; Gardner, D. (Productores ejecutivos). (2017). *Feud* [Serie de TV]. Fox Television Studios.
- Polanski, R. (Director). (1968). *Rosemary's Baby* [Película]. William Castle Productions y Paramount Pictures.
- Sears, F. F. (Director). (1956). *Rock Around the Clock* [Película]. Columbia Pictures.
- Sharman, J. (Director). (1975). *The Rocky Horror Picture Show* [Película]. 20th Century Fox.
- Waters, J. (Director). (1981). *Polyester* [Película]. New Line Cinema.
- Welles, O. (Director). (1947). *The Lady From Shanghai* [Película]. Columbia Pictures.
- Wood, E. (Director). (1955). *Bride of the Monster* [Película]. Rolling M. Productions.
- Wood, E. (Director). (1958). *Night of the Ghouls* [Película]. Wade Williams Productions.
- Wood, E. (Director). (1959). *Plan 9 from Outer Space* [Película]. Reynolds Pictures.