

Nuria Lon Roca¹

Nuevos espectadores para el cine actual: la resignificación del rol

Audience for current cinema: the resignification of the role

Fecha de recepción: 13 de mayo de 2023

Fecha de aceptación: 2 de junio de 2023

105

Resumen

El presente artículo analiza la redefinición del rol del espectador en el contexto cinematográfico. La nueva revolución digital ha instaurado nuevas prácticas de consumo cinematográfico que han derivado en una resignificación del papel desempeñado por parte del espectador ante la gran pantalla.

En este artículo se busca poner en valor el punto actual del rol del espectador dentro una actitud activa frente al film. De esta manera, los espectadores formados bajo el paradigma de la cultura digital plantean un debate sobre la superación tradicional de los paradigmas del cine.

Palabras clave: espectador, cine, nuevas tecnologías, revolución digital.

Abstract

The current article analyses the redefinition of the role of the spectator in the cinematographic context. The new digital revolution has set up new consumption habits which have led to a resignification of the role developed on the part of the spectator in front of the screen.

In this article the purpose is giving value to the current role of the spectator in an active approaching face to the film. In this way, spectators formed under digital culture launch a debate on the traditional overcoming of cinema paradigms.

Keywords: spectator, cinema, new technologies, digital revolution, digital revolution.

¹ Graduada en Historia y en Historia del Arte especializada en Historia Contemporánea por la Universidad de Zaragoza. Actualmente realizando el Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital por la Universidad de Zaragoza mientras realiza la Tesis Doctoral en la misma Universidad sobre la evolución narrativa efectuada por Disney en el siglo XXI.

Desde el inicio de este estudio se busca llevar a cabo una redefinición del rol del espectador en el medio cinematográfico. La historia nos ha enseñado que los medios audiovisuales no mueren sino que “son las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios las que mueren²”. Parte de lo anterior se debe a las “complejidades de un entorno digital que transforma las percepciones de los espectadores y/o usuarios, quienes ahora cuentan con la posibilidad de adquirir nuevos roles, dado que se han redefinido las fronteras entre comercio, contenidos e información³”

Para ello no solo se centrará el objeto de estudio en las denominaciones del usuario como tal sino también las funciones – tanto activas como pasivas – que este desarrolla dentro del esquema audiovisual. Desarrollar un estudio donde se aborde el rol del espectador contemporáneo en el contexto cinematográfico conlleva la necesidad de aplicar una metodología que analice, a través de las diferentes expresiones e implicaciones, su figura en las producciones de la cultura audiovisual.

La hipótesis que ha definido el estudio responde a determinar si existe un cambio en la construcción del espectador dentro del panorama del cine digital actual. Lo que sí es evidente es que para que exista la figura del espectador debe darse una interacción y un ejercicio de las funciones propias de este ya que “quien se sienta en la sala contribuye a construir lo que aparece en la pantalla⁴”. Por tanto, si el espectador no lleva a cabo una interacción con la obra no puede considerarse espectador como tal ya que no está siendo consciente de que se encuentra frente a creación.

No se pretende confrontar aquí ambas maneras de comprender el rol del espectador – desde una perspectiva pasiva a una activa – ya que ello responde a una suerte tecnológica, cultural e histórica concreta. De lo que se trata es de entender el rol del espectador como una posición creada, cambiante y que evoluciona conforme a las posibilidades que las tecnologías de interacción ofrecen en relación con el cine. Asimismo, es preciso señalar que el objetivo del trabajo es reflexionar sobre de qué manera la tecnología, y por ende la digitalización, es un factor de cambio en el rol del espectador cinematográfico que se debe vincular con “los hábitos perceptivos impuestos por estas prácticas visuales, que son las que más innovaciones tecnológicas aglutinan⁵”

² Jenkins, Henry, *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós, 2008, p. 24

³ Van Dijck, José “Users like you? Theorizing agency in user-generated content” *Media, Culture & Society*, 2009, 31 (1), p. 41

⁴ Casetti, Francesco, *El film y su espectador*. Cátedra, 1989, p. 22.

⁵ Martín Prada, Juan, *Teoría del arte y cultura digital*. Akal, 2023, p. 26



Al igual que el medio cinematográfico ha experimentado una evolución conforme a la aplicación de una serie de nuevas narrativas y tecnologías, el espectador; entendido como un elemento fundamental para la creación fílica, también ha sufrido esta suerte adaptativa. De la misma manera, aceptando que el cine es un fenómeno cambiante las teorías sobre el rol del espectador también se verán afectadas por esta mutabilidad. Por tanto, “debemos de tratar de dejar de ser meros *aceptores* de informaciones y sugerencias personalizadas, y más receptores activos, es decir, intérpretes⁶”.

En este sentido, el rol del espectador hay que entenderlo como una evolución que discurre en paralelo a los propios medios de representación imperantes en el cine. A medida que han aparecido diversas tecnologías, “la pantalla ha evolucionado en el tiempo y con ello también el observador que la visualiza adaptándose a cada nuevo régimen visual⁷”. Por tanto, el rol del espectador quedará adaptado, al igual que sucedió en su momento con la introducción del sonido y del color, a estas nuevas dimensiones cinematográficas.

Con la revolución cinematográfica actual, caracterizado por un distanciamiento con respecto a las convenciones imperantes en la tradición narrativa, nos encontramos en una nueva etapa donde la tecnología digital ofrece nuevas posibilidades en el rol del espectador. El cine de actualidad se encuentra en un momento de indefinición positiva en tanto que aglutina nuevos recursos y narrativas cinematográficas que obligan a una redefinición continua de los postulados. Es esta incertidumbre ante un futuro abierto la que motiva a investigadores, cineastas y espectadores a una constante reevaluación de sus papeles dentro de los procesos cinematográficos. Ello se debe a que “cada época genera sus tecnologías, que a su vez contribuyen a definir ese momento histórico. Las tecnologías no solo transforman al mundo sino que también influyen en la percepción que los sujetos tienen de este mundo⁸”.

Hay que tener en cuenta que no parece que exista una definición aceptada del término ‘espectador’, más allá de la recogida en la Real Academia Española: “1. Adj. Que mira con atención un objeto. 2. Adj. Que asiste a un espectáculo público”. El hecho de partir de estas dos definiciones plantea una doble problemática. En primer lugar, encontramos el hecho de que no todos los espectadores atienden con la misma atención a

⁶ *Ibidem* p. 95

⁷ Azatto, Mirella Milagros, *Funciones de la imagen digital en la educación: una propuesta metodológica para la escritura y lectura de la imagen en pantallas instruccionales*. Universidad de Barcelona, 2011, p. 84.

⁸ Scolari, Carlos, *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, 2008, p. 273.

la obra, lo cual hace que el contexto influya en las perspectivas de los mismos. Asimismo, como consecuencia de las nuevas realidades tecnológicas y la deriva del cine *streaming* el hecho de asistir de manera presencial a un espacio para que se considere al sujeto como espectador ha quedado superado en la actualidad.

Tampoco existe un entendimiento total sobre preguntas en torno a su rol: ¿cómo se definen las funciones del espectador durante la contemplación del audiovisual?, ¿podemos hablar de diferentes tipos de espectador?, ¿qué hacen los espectadores con el cine que consumen?, ¿qué nos convierte en espectadores?, ¿cuál es el papel del espectador?... Todas estas preguntas van relacionadas con las dificultades imperantes en la propia definición del espectador.

Rancière considera que el término 'espectador' condiciona al sujeto de la capacidad de conocimiento y, por tanto, de la posibilidad de actuar. Esto haría que el espectador se vinculase de manera directa con una actitud pasiva frente a las imágenes. Por tanto, el autor considera más oportuno que se le designe con el término "espectador emancipado"⁹ otorgándole de esta manera el rol activo que le confiere la posibilidad de interpretar, observar y seleccionar aquella información proveniente del audiovisual.

Es precisamente esta complejidad de definición la que Amount destaca ya que "no puede definirse de modo sencillo y deben utilizarse muchas determinaciones diferentes"¹⁰. Esto obliga a un tratamiento del rol del espectador desde una perspectiva transversal donde se insertan tanto la Sociología, la Historia del Arte y la Historia. Ello se debe a la necesidad de tener una visión sociocultural amplia de la teoría del rol del espectador como consecuencia de las diversas variables que se deben abordar para el estudio.

Los espectadores de las proyecciones cinematográficas nacieron el 28 de diciembre de 1895 en el Gran Café de París con la primera proyección de los hermanos Lumière: *La Sortie de l'usine Lumière à Lyon (La salida de los obreros de la fábrica)*. A partir de este momento la historia social y política se ha ido transformando y, con ella, el papel del cine, en general, y del espectador, en particular. El rol del espectador ha ido modificándose conforme los contextos socioculturales en los que se inserta debido a que los consumos culturales e identidades que se producen a través del cine no se limitan únicamente a la proyección en la gran pantalla. Ello hay que analizarlo teniendo en cuenta "la revolución digital y las nuevas tecnologías de comunicación e información, sobre todo desde el

⁹ Rancière, Jacques, *El espectador emancipado*. Bordes Manantial, 2010.

¹⁰ Amount, Jacques, *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós Comunicación, 1992, p. 81.



surgimiento de internet y la convergencia de internet¹¹ que conducen a que aparezca un nuevo tipo de consumidor.

La figura del espectador debe estudiarse de manera multidisciplinar teniendo en cuenta las diferentes teorías que han imperado a lo largo de la Historia del Cine. En los años setenta dominaba la teoría de la enunciación¹² y la semiopragmática¹³. En ese momento, el rol del espectador formaba parte activa de una diversidad social que condicionaba y determinaba los diversos procesos socio culturales en los que se insertaba. Durante la siguiente décadas, el espectador estaba definido por el texto filmico para que, posteriormente, a través de los *cultural studies* se consolidasen nuevas teorías de recepción – teorías cognitivas – del rol del espectador.

En los inicios del consumo cinematográfico imperaba una práctica social¹⁴ que superaba a la propia película. Con la transformación de las salas de cine en espacios más oscuros donde las butacas abogaban por la intimidad del visionado, la práctica del espectador se individualizó¹⁵; empezando a consolidarse la idea del film como consumo en sí mismo. Con la aparición del cine sonoro, el silencio en las salas fue todavía más

¹¹ Ziri3n P3rez, Antonio. "Otros modos de ver cine: nuevos espectadores y redes de cine independiente en M3xico" *Desacatos* 58, 2018, p. 136.

¹² Teniendo en cuenta el estudio realizado por Bettetini, la enunciación filmica "incorpora sus huellas en el significante de manera que genera y constituye un determinado lenguaje" Bettetini, Gianfranco, *Tiempo de la expresi3n cinematogr3fica*. Fondo de Cultura Econ3mica, 1984. De esta manera, hay que tener en cuenta que la enunciaci3n siempre estar3 presente ya que sin ella no pod3a existir el enunciado como tal.

¹³ En palabras de Odin en la semiopragm3tica del cine "se propone estudiar la realizaci3n y lectura de los filmes como pr3cticas sociales programadas (...) El acto de realizar o ver un film no es en primera instancia un hecho de discurso, sino un hecho de instituci3n, que pasa por la adopci3n de un papel programado por un haz de determinaciones resultantes del espacio social" Odin, Roger, "Del espectador ficcionalizante al nuevo espectador: enfoque semiopragm3tico" *Objeto visual* (5), 1998, p. 135.

¹⁴ "Ir al cine, independientemente de la pel3cula que se proyectase, era un momento de contacto comunitario, de intercambios sociales, de pretexto para entablar, mantener y consolidar todo tipo de relaciones (...) toda una sociolog3a urbana, cultural y grupal" Loscertales, Felicidad & N3ñez, Trinidad "Ver cine en TV: una ventana a la socializaci3n familiar" *Comunicar* XVI (3), 2008, p. 140.

¹⁵ Actualmente tambi3n podemos hablar de individualidad en el visionado en las pantallas de los tel3fonos m3viles, ordenadores, tabletas o diversas pantallas que fomentan al espectador solitario y no colectivo. Es precisamente el control de la atenci3n y de los gustos que el espectador lleva a cabo en estas pantallas lo que fomenta la individualizaci3n hacia un contenido visual m3s espec3fico. Esta diversidad de los formatos hace que la informaci3n sea circulable y est3 abierta y viva.

evidente¹⁶, ya que la historia cobraba todavía más sentido en la sala, y el espectador adoptó una participación individual¹⁷ de interiorización de la historia total.

Es precisamente este sujeto inserto en las salas oscuras de los cines el que tiene una actitud completamente pasiva ya que todo lo que se proyecta en la pantalla blanca queda fuera de su alcance porque todo pasa en ella. “Se entiende que el espectador sumido en la oscuridad de la sala se identifica con personajes, temas, historias, aventuras y finales felices¹⁸”. Los procesos de comunicación que imperaban, e imperan, en las salas de cine se tienen que entender como unidireccionales y verticales lo que hace que el espectador sea verdaderamente un sujeto pasivo y contemplativo ante las imágenes bidimensionales características del siglo XX. En consecuencia, el espectador se encuentra “imposibilitado a hacer otra cosa que a reaccionar emocionalmente ante los contenidos y acciones que las pantallas, sea en la sala de cine o frente al monitor de su casa, les proporcionaban¹⁹”.

“El observador, durante la acción de mirar, está comparando lo que ve con los modelos perceptivos adquiridos en su anterior experiencia cultural, prestando más atención a lo nuevo y desconocido que a lo obvio y familiar²⁰”. No obstante, hay que tener en cuenta que el filme también precisa del espectador para existir, por lo cual este binomio es completamente dependiente. Ello conduce a que, en cierta manera, el espectador de las salas de cine adopte, al mismo tiempo, una posición doble: participativa e introspectiva.

A pesar de las transformaciones mencionadas, el espectador en la sala de cine seguía, y sigue con excepcionalidad, teniendo una actitud pasiva frente a las imágenes proyectadas de manera tradicional sobre la pantalla blanca²¹. Esto únicamente se ha visto

¹⁶ Hay que tener en cuenta que en el cine mudo rara vez se exponían las películas en un silencio total ya que la proyección estaba acompañada, normalmente, por música que acompañaba a las imágenes que se presentaban en la gran pantalla. Lo que se busca poner en valor con esta idea es el hecho de que con la consolidación del cine sonoro se precisaba de un silencio en la sala generando una nueva dimensión del concepto de silencio por medio del cine ya que “lo sónico es un edificador de la estancia del silencio en el cine” (Frisón Fernández, Carlota, “El silencio pertenece al sonido” *Teatro: Revista de Estudios culturales* 30(6), 2016, p. 66

¹⁷ El espectador ante la pantalla y la luz de la sala se queda solo frente a la proyección. La proyección es única para cada uno de los espectadores aunque se programe de manera colectiva. Es precisamente esta situación de individualidad lo que hace que no se aplauda, salvo en ocasiones excepcionales, al finalizar la proyección ya que esto implica una manifestación colectiva de aprobación frente a la obra.

¹⁸ Sánchez Noriega, José Luis, *Historia del cine. Teorías, estética, géneros*. Alianza Editorial, 2019, p. 74.

¹⁹ Azatto, Mirella Milagros, *Funciones de la imagen...*, p. 37

²⁰ Gubern, Roman, *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Gustavo Gili, 1993, p. 24.

²¹ No hay que olvidar que “el espectador permanece ante una apariencia, ignorando el proceso de producción de esa apariencia o la realidad que ella recubre” (Ranciere, Jacques, *El espectador...*, p. 10). Por tanto, se produce una distancia factual donde los espectadores no solo ven sino que también sienten y comprenden algo en la medida de sus conocimientos. Esto conduce a una cierta emancipación entre lo proyectado y lo percibido por parte del usuario.



superado con los cambios narrativos y teóricos que ha experimentado el Séptimo Arte en la actualidad. Es en este momento cuando el planteamiento del espectador como colectivo se ve superado por la individualidad, las nuevas tecnologías²² y los diferentes modos de consumo cinematográfico. Debido a la rearticulación que se produce en las narrativas clásicas, hoy se puede hablar de un rol del espectador basado en la intertextualidad.

Cuando se hace referencia a *público de cine* se produce una cierta individualización de los sujetos partícipes en la acción pero también se adopta un carácter impersonal²³. En este sentido, se pueden dar dos situaciones en el binomio cine – espectador. En primer lugar, la película podría ser la que dominase al sujeto, es decir, el espectador adoptaría un rol pasivo donde únicamente debe disfrutar de la propuesta ofrecida por el director. Sin embargo, en segundo lugar, y en relación con las nuevas tecnologías principalmente, se ha desarrollado un nuevo rol donde el sujeto es el que configura el film, dominándolo y controlando su propia acción. Esta emancipación del espectador se inicia cuando “se vuelve a cuestionar la oposición entre el mirar y el actuar²⁴”.

Este tradicional discurso de considerar el rol del espectador desde una posición pasiva se ha visto interrumpido con la aparición del cine digital. Por medio de la (re)introducción de la tecnología 3D, la realidad virtual o el cine 360° se ha resignificado el papel del espectador como un sujeto que se debe mostrar activo para que los contenidos propuestos por el director se alcancen plenamente. Estas propuestas buscan crear nuevos diálogos entre el espectador y el film ya que este se torna, en cierta manera, “coautor” de la obra – dado que sin él el objetivo de interacción perseguido por el creador no sería posible – y la tecnología, concretada en el ordenador. Por tanto, tal y como considera Gifreu, “el medio digital permite la interactividad. Pero no solo es una interactividad

²² En el presente estudio se le dedica especial atención a las nuevas tecnologías como paradigma del cambio en el rol del espectador cinematográfico ya que estas han permitido hacer cotidiano el ritual del cine. Ello ha provocado una reconfiguración en el modo de afrontar la práctica cinéfila.

²³ A pesar del carácter de este mencionado carácter impersonal, no hay que olvidar que cuando nos referimos a ‘el público’ nos aceptamos como él, sintiéndonos reconocidos e integrados en un grupo heterogéneo de personas desconocidas. Es precisamente este carácter integrador el que Warner defiende al considerar al público como una “totalidad social y conforma un espacio social de discurso organizado por ese mismo discurso y la circulación reflexiva del mismo” Warner, Michael, *Públicos y contrapúblicos*. MACBA, 2008, p. 25. No obstante, hay que tener en cuenta que la acepción de público como totalidad social también estaría presente en una multitud que es testigo de un acontecimiento en un espacio visible.

²⁴ Ranciere, Jacques, *El espectador ...*, p. 19.

cognitiva sino también física: en este nuevo escenario, el usuario no solo tiene derecho a tomar decisiones sino que es invitado a hacerlo²⁵.

“La tridimensionalidad, los efectos de inmersión, la continuidad ilimitada del espacio, la interactividad y los efectos especiales generan otro tipo de experiencia de recepción que va más allá de la experiencia ficcional y diegética, de naturaleza esencialmente visual²⁶”. A pesar de que el auge de las nuevas tecnologías es innegable que no todas películas precisan de su aplicación. Por mucho que estas técnicas se perfeccionen en un futuro, la aplicación total de los efectos visuales conduciría a un resultado poco atractivo para el espectador.

Ante la consolidación de lo digital en el cine, se está produciendo un advenimiento hacia nuevas formas de expresión, creando así una simbiosis entre el arte y la tecnología digital. Ello conduce no solo a nuevas estéticas, sino que ha permitido la evolución del rol del espectador contemporáneo hasta alcanzar una actitud activa en el marco conceptual de las representaciones. En este sentido, el espectador “ha dejado de ser estático. En consecuencia, el impacto de las nuevas tecnologías ha potenciado la manera en la cual el sujeto se implica en la acción y construcción de las imágenes cinematográficas. Esta situación se debe a que “al ser desbordados los formatos tradicionales se proponen nuevas estéticas en cuanto al espacio, la interactividad y la generación de experiencias cinemáticas²⁷”.

Actualmente, tanto el cine como el espectador están en una constante mutación ya que “asistimos al proceso de transformación de la teoría cinematográfica, esto es, de una teoría que piensa la imagen no más como un objeto, sino como acontecimiento, campo de fuerzas o sistemas de relaciones que ponen en juego diferentes instancias enunciativas²⁸”. Ello se debe a que las imágenes que el espectador observa están creadas por otro, por el director, pero son recreadas por él mismo que, de manera activa, se sumerge en ese mundo virtual consagrándose como espectador – actor.

²⁵ Gifreau, Arnau, *El documental interactivo*. UOCpress – Comunicación, 2013, p. 24.

²⁶ Paz Gago, José María. “El cine ha muerto. ¡Viva la Realidad Virtual! *Arte y nuevas tecnologías: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica*, 2004, p. 119.

²⁷ Rivera, Ricardo & Brakke, Aaron Paul. “Cine en la era digital” *XV Congreso de la Sociedad Iberoamericana de Gráfica Digital*, 2011, p. 4

²⁸ Parente, André “La forma cine: variaciones y rupturas” *Contracapa*, 2009, p. 23.



Con la imagen contemporánea cinematográfica se producen dos cambios²⁹ fundamentales que afectan de manera directa al rol del espectador: un nuevo régimen de visibilidad³⁰ en el cual se inserta la imagen digital y un nuevo sistema de textualidad donde el rol del espectador se torna participativo.

Canclini considera que hay “un espectador multimedia, una nueva relación entre lo real y lo imaginario, una relación distinta del fenómeno fílmico entre lo público (el consumo cultural urbano) y lo privado (la recepción de entretenimientos en el hogar)³¹”. En este sentido, el espectador contemporáneo se debe definir como un sujeto activo, multimedia y determinante en la representación de la imagen en la narrativa del film.

Nos encontramos en la era de la pantalla global³², es decir, en un momento en el cual “la pantalla de cine, que fue durante mucho tiempo única e insustituible, hoy se ha diluido en una galaxia de dimensiones infinitas³³”. En la actualidad nos encontramos inmersos en una pantalla omnipresente, multimediática y multiforme que confirma la presencia de un hipercine. Esto se debe a que “si los viejos consumidores eran predecibles y permanecían donde les decías que se quedasen, los nuevos consumidores son migratorios. Si los viejos consumidores eran individuos aislados, los nuevos consumidores están más conectados socialmente³⁴”.

Es esta resignificación cinematográfica la que nos ha aproximado “al mayor sueño de toda la aventura cinematográfica: el sueño de un cine permeable para el espectador en protagonista y sumergirlo dentro de la historia³⁵”. Esta evolución actual obliga a una redefinición del espectador como un sujeto activo que se enfrenta a unas imágenes sobre

²⁹ Estos cambios son una consecuencia directa del reconocimiento que tiene el espectador en su rol de actuación dentro de la sociedad contemporánea. Únicamente a través de este nuevo agente inserto en la producción cultural contemporánea se puede definir su papel en el escenario cinematográfico.

³⁰ Con ello se hace referencia a la imagen digital donde se inserta este nuevo régimen de visibilidad que conduce a pensar en el espectador como un sujeto activo que es necesario para comprender la significación total de la obra. El panorama de mutaciones audiovisuales contemporáneas nos insta a estudiar al espectador dentro del marco cultural posmoderno en el cual nos ubicamos ya que este forma parte directa de la intertextualidad cinematográfica actual.

³¹ Canclini, Néstor García, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, 1995, p. 132.

³² El término acuñado por Lipovetsky & Serroy hace referencia al paso desde “la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla” (Lipovetsky, Gilles & Serroy, Jean, *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama, 2007, p. 72). Ello se traduce en que el cine haya abandonado el carácter único que le definía para convertirse en una de las tantas posibilidades que la tecnología ha impulsado para reproducir las ideas y acontecimientos por medio de la imagen animada.

³³ Lipovetsky, Gilles & Serroy, Jean, *La pantalla global...*, p. 34.

³⁴ Jenkins, Henry, *Convergence culture...*, p. 29.

³⁵ Machado, Arlindo, *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Gedisa Editorial, 2009, p. 148.

las cuales sí que tiene poder de decisión. Por tanto, el espectador en la obra cinematográfica ocupa el lugar que tradicionalmente ocupaba el actor tradicionalmente ya que es el encargado de construir la totalidad narrativa de la obra. Ante esta situación, el rol del espectador se consolida como revolucionario de los postulados cinematográficos tradicionales.

Como consecuencia de estos cambios de paradigma se está consolidando una Nueva Cultura Audiovisual con un fuerte carácter participativo. En esta cultura audiovisual contemporánea, el rol del espectador se ha visto transformado en las diferentes formas en las cuales puede intervenir en los procesos – producción, circulación y distribución, consumo y recepción – resultado de “la creciente digitalización de los procesos y productos comunicativos, y la consiguiente interconexión que relaciona de formas cada vez más diversas a los productores, contenidos y públicos³⁶”.

Es precisamente el rol del espectador el que se ha visto enfatizado por parte de esta nueva manera de entender la cultura audiovisual ya que “el usuario es agente de cambio³⁷. Este énfasis en el usuario/espectador, entendido como un elemento activo fundamental dentro de los procesos audiovisuales, conlleva a la introducción del concepto prosumidor³⁸: un consumidor cultural activo. Su fenómeno sería inimaginable “sin el desarrollo de las nuevas tecnologías pues son estas las que han permitido que los múltiples recursos de producción hoy adquieran una accesibilidad impensable, desde el punto de vista práctico y cotidiano, en décadas pasadas³⁹”. Esto representa que las teorías tradicionales del rol del espectador pierdan “algo de su sentido en entornos digitales marcados por la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico y el intercambio de muchos a muchos⁴⁰”.

Jenkins defiende que esta resignificación de la cultura se produce a través de tres intersecciones. En primer lugar considera que “las nuevas herramientas y tecnologías permiten a los usuarios archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los

³⁶ Belsunces, Andreu *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia*. UOC, 2011, p. 33.

³⁷ Pérez Pastor, Laura, *Redefinición del espectador cinematográfico en relación al audiovisual contemporáneo*. Universitat Pompeu Fabra, 2009, p. 31.

³⁸ Del inglés *prosumer*, es un acrónimo que procede de la unión entre *producir*(productor) y *consumir* (consumidor). El concepto fue anticipado por McLuhan y Nevitt “cuando afirmaban que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos” (Islas Carmona, 2008: 35).

³⁹ Islas Carmona, José Octavio. “El prosumidor. El comunicativo en la sociedad de la ubicuidad” *Revista palabra*, 2008, 11(1), p. 35

⁴⁰ Rosas Mantecón, Ana. “Del público al prosumidor. Nuevos retos para los estudios del consumo cultural” *Revista Entretextos*, 2010, 6, pp. 38-39



contenidos mediáticos⁴¹ debido al aumento de autonomía que los espectadores han adquirido en esta nueva cultura del conocimiento. El autor también valora el hecho de que se promueva el “*do it yourself*”, un discurso que condiciona el uso de esas tecnologías por parte de los consumidores⁴². La tercera de las intersecciones plantea la cuestión económica como determinante en el fomento de flujo de “imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandas tipos más activos de espectadores⁴³”.

Con el presente trabajo se ha querido demostrar que, al igual que todos los fenómenos transmutan en consonancia a cada contexto y realidad tecnológica imperante, el rol del espectador también se adapta al consumo cultural. Se trata, en última instancia, de una superación del espacio tradicional para dar paso a nuevos paradigmas instaurados en la cultura digital y en la cultura participativa.

A modo de reflexión final hay que apuntar que, independientemente de los cambios que las narrativas cinematográficas han experimentado, las películas continúan involucrando al sujeto, teniendo que valorar el grado de implicación que este experimenta. De esta manera, el rol del espectador es imprescindible para completar la funcionalidad del audiovisual que se expone de manera superficial en la pantalla. Por tanto, el espectador es capaz de interactuar en el presente con la representación digital, seleccionando la imagen que desea ver y consumir.

Las mutaciones que el campo de la cultura, en general, y el del cine, en particular, se deben, en gran medida, a la visibilidad que está ganando el espectador en todos los procesos de creación. La resignificación del rol del espectador responde a nuevas vivencias ligadas a la multiplicidad de pantallas, las cuales obligan a nuevas tipologías de usuarios.

En definitiva, las posibilidades ligadas al cine digital deben entenderse como una resignificación del rol del espectador en tanto que se potencia aún más la creación de sujetos individualizados que no solo reciben información sino que contribuyen a su entendimiento total. Es este punto de inflexión el que está generando un impacto profundo en las teorías tradicionales del rol del espectador. Es un cambio que apenas estamos observando en la cotidianeidad, pero al que llegaremos de manera consciente en un futuro próximo.

⁴¹ Jenkins, Henry, *Convergence culture...*, p. 163

⁴² *Ibidem.* p. 163

⁴³ *Ibidem.* p. 163

Bibliografía

- Amount, Jacques, *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós Comunicación, 1992.
- Azatto, Mirella Milagros, *Funciones de la imagen digital en la educación: una propuesta metodológica para la escritura y lectura de la imagen en pantallas instruccionales*. (Tesis doctoral) Universidad de Barcelona, 2011
- Belsunces, Andreu, *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia*. UOC, 2011.
- Bettetini, Gianfranci, *Tiempo de la expresión cinematográfica*. Fondo de Cultura Económica, 1984.
- Canclini, Néstor García, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, 1995.
- Casetti, Francesco, *El film y su espectador*. Cátedra, 1989.
- Frisón Fernández, Carlota. “El silencio pertenece al sonido” *Teatro: Revista de Estudios Culturales*, 2016, 30(6). Pp. 65-81.
- Gifreau, Arnau, *El documental interactivo*. UOCpress – Comunicación, 2013.
- Gubern, Roman, *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Gustavo Gili, 1993.
- Islas Carmona, José Octavio. “El prosumidor. El comunicativo en la sociedad de la ubicuidad” *Revista palabra*, 2008, 11(1). Pp. 29-39.
- Jenkins, Henry, *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós, 2008.
- Lipovetsky, Gilles & Serroy, Jean, *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama, 2007.
- Loscertales, Felicidad & Núñez, Trinidad. “Ver cine en TV: una ventana a la socialización familiar” *Comunicar*, 2008, XVI (3). Pp. 137 – 143.

Machado, Arlindo, *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Gedisa Editorial, 2009.

Martín Prada, Juan, *Teoría del arte y cultura digital*. Akal, 2023.

Odin, Roger. "Del espectador ficcionalizante al nuevo espectador: enfoque semiopragmático" *Objeto visual*, 1983, 5. Pp. 135-156.

Parente, André. "La forma cine: variaciones y rupturas" *Contracapa*, 2009. Pp. 23-47.

Paz Gago, José María. "El cine ha muerto. ¡Viva la Realidad Virtual! *Arte y nuevas tecnologías: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica*, 2004. Pp. 110-125.

Pérez Pastor, Laura, *Redefinición del espectador cinematográfico en relación al audiovisual contemporáneo*. Universitat Pompeu Fabra, 2009.

Ranciere, Jacques, *El espectador emancipado*. Bordes Manantial, 2010.

Rivera, Ricardo & Brakke, Aaron Paul. "Cine en la era digital" *XV Congreso de la Sociedad Iberoamericana de Gráfica Digital*, 2011. Pp. 1-4.

Rosas Mantecón, Ana. "Del público al prosumidor. Nuevos retos para los estudios del consumo cultural" *Revista Entretextos*, 2010, 6. Pp. 37-41.

Sanchez Noriega, José Luis, *Historia del Cine: Teorías, estética, género*. Alianza Editorial, 2018

Scolari, Carlos, *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, 2008.

Van Dijck, José. "Users like you? Theorizing agency in user-generated content" *Media, Culture & Society*, 2009, 31 (1). Pp. 41-58.

Warner, Michael, *Públicos y contrapúblicos*. MACBA, 2008.

Zirión Pérez, Antonio. "Otros modos de ver cine: nuevos espectadores y redes de cine independiente en México" *Desacatos*, 2018, 58. Pp. 132-147.