

**Las nuevas experiencias narrativas del cine digital dentro de la pantalla global**  
**The new narrative experiences of digital cinema on the global screen**

**Nuria Lon Roca**

*Universidad de Zaragoza.*

e-mail: [698579@unizar.es](mailto:698579@unizar.es)

Artículo recibido: 31/07/2023

Artículo aceptado: 10/11/2023

**Resumen:** A lo largo del artículo quiero poner en valor las nuevas experiencias narrativas derivadas del cine digital donde se permite crear lenguajes específicos con los cuales definir las características más significativas del cine. En este sentido, la hipótesis que se defiende en el estudio es que la utilización de la tecnología, así como su propia evolución y el empleo de las diversas plataformas digitales para generar elementos creativos propios del cine actual, responde a la conformación de un cine específico, novedoso y que supera las narrativas precedentes. El objetivo del artículo es poner en valor los cambios derivados de la progresiva digitalización cinematográfica en los diversos estadios de la creación audiovisual. De esta manera, se advierte que estos cambios conforman una cultura audiovisual contemporánea basada en la hipertextualidad, interactividad y transmedialidad.

**Palabras clave:** Cine digital; digitalización; tecnología; comunicación

**Abstract:** Throughout this article, I want to highlight the new narrative experiences derived from digital cinema, where it is possible to create specific languages which can define the most significant characteristics of cinema. In this sense, the hypothesis in which this work is based on is that the use of technology, as well as its own evolution and the use of different digital platforms to generate creative elements, typical of today's cinema, responds to the creation of a specific and novel cinema that surpasses previous narratives. The aim of this paper is to highlight those changes which derive from the progressive digitalization of cinema in the different stages of the audiovisual creation. Taking the previously stated into account, it can be said that these changes are conforming a contemporary audiovisual culture based on hypertextuality, interactivity and transmediality.

**Keywords:** Digital cinema; digitization; technology; communication; digitalization

---

## Introducción

Nos encontramos en un mundo completamente digitalizado donde impera la multiplicación de pantallas pero ¿qué es el cine en el contexto de la pantalla global y las nuevas experiencias narrativas? El arte digital permite a sus creadores emplear las nuevas posibilidades ligadas a la tecnología que desde finales de los años setenta abrieron la puerta a creaciones inéditas hasta el momento gracias a la incorporación y desarrollo de la imagen digital; la cual ha revolucionado las tecnologías tradicionales de la producción cinematográfica.

Creo necesario llevar a cabo un análisis interdisciplinar para tratar de transmitir la relevancia del cine digital en la actualidad, desde una metodología transversal y multidisciplinar, como culminación a la transformación más radical de la cinematografía desde la implantación del sonoro. Actualmente, no solo ha cambiado el propio lenguaje cinematográfico, además de la producción y realización del mismo, sino que ver películas ya no implica hoy en día verlas en el cine: la experiencia del visionado de la proyección de celuloide también ha ido, progresivamente, desapareciendo en favor de las transferencias digitales. Ganancia y pérdida a la vez

El uso de Internet está extendido entre los jóvenes, el 70% de ellos entre los 15 y 24 años (Chicharro, 2014: 79). Teniendo en cuenta el equipamiento y uso de TIC en los hogares españoles en el año 2022, el Instituto Nacional de Estadística, apunta que los hogares con conexión de banda ancha responde a un total del 96,1% mientras que las viviendas que cuentan con algún tipo de ordenador el 82,9%. Ello hace que el 94,5% de la población entre los 16 y los 74 años haya usado en los últimos tres meses Internet. Muchos alarmistas ponen el acento en “la muerte del cine” pero, ¿ha muerto realmente el cine? La respuesta más aproximada es que no ha muerto, pero ha llevado a cabo una transformación profunda hasta resultar irreconocible; si llevamos a cabo una comparación con la que fueron sus orígenes y su época clásica. De esta forma, ¿cómo podemos valorar la relación entre los dispositivos digitales y la propia experiencia estética del espectador en esta nueva cinematografía? En un inicio, las películas únicamente podían ser observadas en las salas de cine, mientras que hoy podemos hablar de un gran número de los espectadores ven las películas en estas condiciones, ya que la televisión y/o los nuevos dispositivos han sustituido el espectáculo ofrecido por la gran pantalla (Fandango, 2022). La era digital ha permitido a los espectadores elegir la forma y el momento en que desean ver películas, ya que el público no tiene que depender exclusivamente a la salas de cine, lo cual ha obligado a múltiples industrias a adaptarse a estos cambios (Matei, 2019: 500).

Consecuentemente, las representaciones audiovisuales pensadas para las salas de cine en numerosas ocasiones se han descontextualizado, lo cual “afecta profundamente a sus efectos psicológicos y a su apreciación estética” (Gubern, 2016: 542).

La red de pantallas conforma nuestro mundo ha transformado la forma de vivir y la relación que tenemos con la información, con el consumo, con el ocio, etc. Ello se percibe en que se

---

han consolidado como un instrumento indispensable para la comunicación contemporánea. Las nuevas pantallas hacen que acceder a la información sea “sencillo y barato además de no tener la necesidad de pisar un cine o una biblioteca, ni siquiera debemos cargar ya con un libro o un CD para nuestro próximo viaje” (Rosenbaum & Martin, 2010: 19). Igualmente, las múltiples pantallas de la esfera visual del mundo contemporáneo “han revalorizado el papel que puede tener la imagen como documento, incidiendo en el ámbito familiar, donde se ha empezado a configurar el deseo de archivar toda la experiencia individual en imágenes” (Quintana, 2011: 80-81).

### **Desarrollo**

Con la proliferación de nuevas pantallas, ¿podemos afirmar que el cine sigue siendo una referencia cultural de primer orden cuando los telefilmes y las series tienen más espectadores que las películas cinematográficas? En mi opinión, el hecho de que las salas de cine se vacíen y las producciones sufran importantes declives no es razón suficiente para considerar el ocaso del cine, sino más bien el final de la emisión de películas en la televisión tradicional en pro de los programas a la carta más afines a los gustos e intereses del espectador. Por tanto, mi percepción de dicha realidad es que el cine no ha desaparecido, sino que ha cambiado hacia un mundo dominado por las nuevas y omnipresentes TRICs, adaptándose a las nuevas realidades y necesidades de la sociedad (Hernández Pérez & Martínez Díaz, 2016: 204-205).

¿Cuál es la situación de la imagen en el contexto de la digitalización? De igual forma que es prácticamente impensable que en la actualidad un usuario no intervenga en las redes sociales, o que no tenga dispositivos electrónicos con los que conectarse a Internet, es esencial plantear una reformulación a aquello que consideramos ‘audiovisual’. Las competencias comunicativas y artísticas requieren de nuevos entornos que respondan a la readaptación que están sufriendo las competencias tradicionales.

La participación activa de los consumidores en los productos audiovisuales hace que Jenkins defina el nuevo modelo de consumidores activos como “prosumidores”, fusionando los conceptos de profesional y consumidor. Entendiendo al espectador como un sujeto activo, en tanto que deberá mover su cabeza y explorar por sí mismo la realidad ofrecida debido a la incorporación de la realidad virtual o las experiencias en 3D, el concepto tradicional de audiovisual se ve completamente alterado.

En esta misma línea, las redes sociales juegan un papel crucial en la actualidad, ya que muchos espectadores no ven una película entera, sino que únicamente visualizan los fragmentos destacados presentes en Instagram, Twitter, Tik-Tok o Facebook. Con ello, quiero reflexionar sobre el hecho de que la tecnología digital no ha hecho sino diversificar los canales de visionado y, por ende, incrementar el uso doméstico del cine en el ámbito del hogar. En este sentido, la digitalización ha otorgado “una cierta autonomía y una capacidad para circular por sí mismas” (Martín Prada, 2023: 46) a las imágenes en la actualidad.

La evolución, o revolución, depende de la forma en la que se considere, del medio cinematográfico nos ha traído la mayor explosión en cuanto al número de pantallas se refiere; pues contamos

---

con televisores, tabletas, ordenadores personales, teléfonos móviles, y eso sin cuantificar los futuros inventos. Por si fuera poco, estas pantallas están evolucionando hacia el territorio de lo interactivo, es decir, son capaces de ofrecer nuevas capacidades de interacción al espectador con los medios audiovisuales. La experiencia cinematográfica tradicional se ha visto enriquecida y ampliada gracias a la integración de la tecnología digital, especialmente en aquella vinculada con la imagen y el sonido.

“El consumo más individual del cine a través de la televisión, los ordenadores, los *smartphones*, las pantallas de los respaldos de los aviones implica, entre varios factores, un fenómeno diverso en la percepción que modifica la identificación del espectador” (LaFerla, 2009: 187). Ello, de alguna forma, nos retrotrae al invento de Edison, el kinetoscopio, y la visualización cinematográfica individual a través de un visor que es personal.

No solo la correspondencia entre la cámara y la película final ha cambiado con las nuevas narrativas sino que las pantallas destinadas a estas nuevas expresiones audiovisuales se han visto modificadas. En este sentido, la tecnología contemporánea ha permitido a los creadores un contexto evolutivo imparable en el cual “experimentar nuevas sensaciones y ofrecer al público una experiencia nunca vista” (Quiles, 2019: 223) lo cual conduce a pensar en el futuro de la pantalla plana propia de las salas de cine, y de la mayoría de los hogares. Es precisamente tanto la facilidad de acceso como el éxito del marketing digital lo que permite que episodios filmicos que en su día pasaron desapercibidos se pongan en valor a través del efecto de interconexión presente en Internet, o que películas de cine independiente o con un presupuesto más ajustado se hacen partícipes en la red (Neira, 2019: 22-25).

El hecho que quiero evidenciar es que, esta pantalla, de forma progresiva, dejará de ser una pantalla convencional, puesto que irá enriqueciéndose con los avances tecnológicos futuros y las necesidades derivadas de estos; es decir, “la pantalla será un medio enriquecido con elementos gráficos multimedia y conectado a la red permanentemente” (Quiles, 2019: 223).

A pesar de ello creo que es necesario recordar que existe un conflicto generacional en cuanto al uso de las nuevas tecnologías, lo cual podría suponer que estas nuevas narrativas cinematográficas llevasen a cabo una serie de películas destinadas al público del mañana produciéndose un sesgo poblacional importante. No obstante, la evolución también es amnésica, en tanto que tendemos a adaptarnos a los cambios y reclamar más avances en torno a dicha cuestión.

La irrupción y consolidación del digital ha sido un factor fundamental, teniendo en cuenta que “la tecnología ha permitido conquistar cierta ligereza en el uso del dispositivo que hace posible la captura de las imágenes” (Quintana, 2011: 139). Es precisamente este contexto de digitalización el que ha estimulado la irrupción de nuevas escrituras audiovisuales, ha permitido explorar nuevas temporalidades y ha redefinido el lugar que el cine puede llegar a ocupar dentro de la globalización de las pantallas de nuestro entorno. Esta transformación del cine está caracterizada por un movimiento global, en el cual participan las tecnologías en favor de una pantalla globalizada, donde “los cambios sociales son tan espectaculares

---

como los procesos de transformación tecnológicos y económicos” (Castells, 2000).

En la actualidad, f caracterizada por las nuevas tecnologías y las plataformas digitales, el cine ha llevado a cabo una transformación importante en sus narrativas. Con la democratización de la producción cinematográfica, se ha llevado a cabo una importante diversificación tanto en las voces como en la perspectiva narrativa que llega al público. Como consecuencia, la fusión entre tecnología y creatividad ha generado un abanico de posibilidades inimaginables donde las películas ya no quedan limitadas únicamente a la gran pantalla. Es precisamente esta nueva manera de contar las historias a la cual acuden los cineastas para aplicar las herramientas audiovisuales actuales.

Tal y como afirma Gifreu, “el medio digital permite la interactividad, pero no solo es una interactividad cognitiva sino también física: en este nuevo escenario, el usuario no solo tiene derecho a tomar decisiones sino que es invitado a hacerlo” (2013: 24). Lo que quiero exponer a lo largo de las siguientes páginas es la manera en la que el cine digital no solo permite sino que también fomenta una participación del espectador en una narrativa que ya no es fija debido a que permite una intervención externa.

Según considera Manovich (2005), gracias al formato digital las imágenes pueden ser manipuladas, haciendo alusión a la capacidad intrínseca en la estética digital, a través de los diversos procesos computacionales, lo cual afecta, en última instancia, a la representación y narratividad de estas.

Esta nueva situación del cine puede plantear ciertas dudas en su tratamiento: ¿hablamos de un cine de realidad o de ficción? El hecho de que se conforme una ilusión absoluta en torno a los personajes y a la realidad que atraviesan hace que se pueda cuestionar esta dicotomía. Aunque se trate de una predicción a futuro, las películas de James Cameron, *Avatar* (2009) y *Avatar el sentido del agua* (2022), nos conducen a reflexionar sobre si la realidad alternativa ofrecida por el cine, los videojuegos o la realidad virtual será más interesante que la propia realidad del público espectador.

Resulta evidente que nos encontramos ante un proceso revolucionario imparable, aunque en cierta manera cada vez más consolidado, en el campo de los audiovisuales, que no va a ser inocente en el futuro de la industria cinematográfica. La combinación entre la Historia del Cine y los nuevos soportes cinematográficos, tanto electrónicos como digitales, conduce a un reemplazo total del cine en favor de los procesos virtuales. En consecuencia, la narratividad y representación clásica del cine propone un nuevo modelo basado en una realidad inexistente creada a partir de la aplicación de las tecnologías. Ello se refleja, no solo en la industria, sino en la crítica y en la propia Academia que acepta producciones digitales y presentadas en las plataformas *streaming* en los principales festivales de cine.

La transformación más evidente que ha sufrido el cine a lo largo de su historia, ha sido el cambio que ha experimentado desde sus inicios como medio expresivo surgido de las tecnologías mecánicas al hecho de comprender el cine como un medio integrado en la nueva cultura digitalizada. La presente industria cinematográfica, entendida desde una perspectiva presente y real, donde impera una digitalización de la cultura, está obligando a los directores

---

a pensar la naturaleza propia de las películas. Hoy en día ya no vale seguir con los mismos modelos de producción que triunfaban a finales del siglo pasado ya que hay que saber adaptarse las ventajas que el medio digital ofrece para generar una filmografía que responda a los intensos y profundos cambios llevados a cabo en nuestra sociedad (Villén Higuera, 2020: 98-100).

### **Conclusiones**

La industria audiovisual no es ajena a estos procesos de cambio, por lo que está aprovechando todas las nuevas posibilidades que la tecnología ofrece. Estos desarrollos tecnológicos condicionarán la evolución del cine, pero no serán los únicos aspectos a tener en cuenta ya que los directores y la propia industria jugarán, y juega, un papel fundamental en la digitalización de la cultura. Es precisamente una consigna imperativa de la cultura de masas contemporánea que se lleve a cabo una diversificación que responda a los diversos intereses del mercado.

En este sentido, las limitaciones de la técnica de la industria cinematográfica clásica se ven superadas por las nuevas opciones que ofrecen las TRIC y la experimentación de nuevas narrativas que generan una cultura digitalizada. El cine enmarcado dentro de la digitalización cultural responde a una idea de experimentación y exploración de las nuevas posibilidades ofrecidas a partir de la transmedialidad, interactividad e hipertextualidad. Por tanto, entiendo que el cine contemporáneo debe ser considerado como una ruptura de los procesos creativos así como un punto de inflexión para llevar a cabo una reformulación teoría y práctica del audiovisual.

Ello obligará en un futuro, tal y como ya se hace en la actualidad, a una continua redefinición y reformulación del cine como forma de entretenimiento y expresión artística del ser humano, esta vez, basado en la tecnología ofrecida por el digital. Cualquier cambio es, por definición, emocionante debido a las potenciales novedades que puede aportar. Pero este cambio hacia la digitalización no creo que deba preocuparnos ya que el cine es un medio por el cual se evidencian los cambios en las tendencias estéticas.

En el caso del cine y de los medios audiovisuales, estos cambios nos permiten imaginar, por estar ya presentes estas nuevas narrativas ejemplificadas en la realidad virtual o en el cine 3D, por ejemplo, una verdadera aproximación al deseo original de los directores pioneros: situar al espectador en el centro de una realidad onírica.

El invento de Edison-Lumière se desarrolló a partir de un modo de representación iconocinética que ha ido evolucionando a través de la televisión, la imagen videográfica y, finalmente, la aplicación de las nuevas tecnologías y soportes en un nuevo modelo que pervive a los diversos cambios. El modelo de cultura digital en el cual se instaura el cine actual ha reformulado el carácter de producción, distribución y consumo siendo un ejemplo del cambio filmico existente en la cultura audiovisual contemporánea. Es precisamente el deseo original del cine el que mantendrá su esencia de ser una producción cultural

---

---

hecha por y para seres humanos que buscan expresar las ideas a través del medio artístico.

### Referencias

- Fandango Encuesta. It's show time! Moviegoing trends & Insights, 2022.
- Figgis, Mike. *El cine en la era digital*. Alba Editorial, 2007.
- Gifreu Castells, Arnau. *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectiva de desarrollo*. UOCpress, 2013.
- La Ferla, Jorge. *Cine (y) digital*. Manantial, 2009.
- Manovich, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Paidós, 2005.
- Matei, Antonio. Aproximación al estudio de las tendencias de consumo de cine en los jóvenes universitarios. *Journal of Cultural and Creative Industries*, vol., 1(2), 2019, pp. 1-20
- Martín Prada, Juan. *Teoría del arte y cultura digital*. Akal, 2023.
- Neira, Elena. *Marketing cinematográfico*. Editorial UOC, 2019.
- Quiles, Arnau. *Nuevos formatos de cine digital: vídeo interactivo, transmedia y realidad virtual*. Ma Non Troppo, 2019.
- Quintana, Àngel. *Después del cine. Imagen y realidad en la era digital*. Acantilado, 2011.
- Riumbau, Esteve. *Hollywood en la era digital. De Jurassic Park a Avatar*. Cátedra, 2011.
- Rosenbaum, Jonathan y Martin, Adrián. *Mutaciones del cine contemporáneo*. Errata Naturae. 2010.
- Villén Higuera, Sergio Jesús. "La promoción cinematográfica en las redes sociales: un enfoque desde los directores de cine español". *IROCAMM*, vol. 2(3), 2020, pp. 96-108.