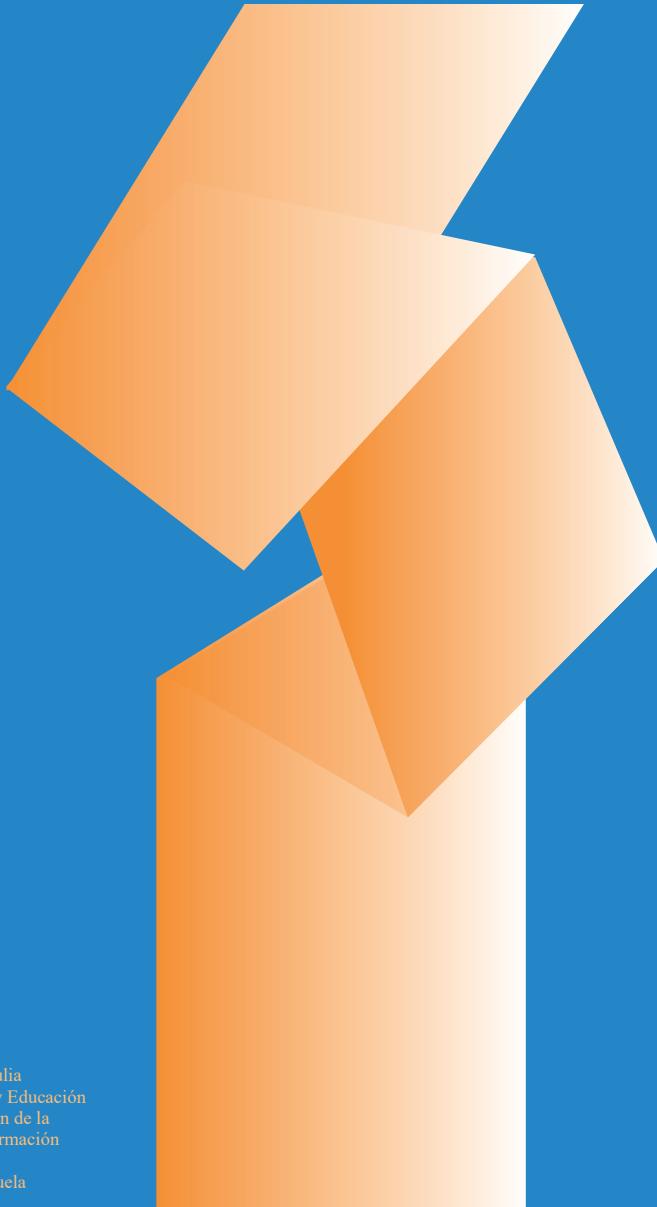


QUÓRUM ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



La materialidad de la pantalla: Evolución del soporte y reconfiguración de la experiencia audiovisual

Eugenio Sulbarán Piñeiro¹

Resumen

Esta investigación analiza la evolución diacrónica de la pantalla como soporte material y su reorganización en la experiencia audiovisual. Mediante un método histórico-comparativo y un corpus teórico que incluye a McLuhan (1996), Postman (1998) y Manovich (2001), entre otros, se demuestra que el tránsito del cine al smartphone implica una mutación ontológica, que pasa progresivamente de la contemplación colectiva a la interacción personal e íntima. Los resultados revelan el nacimiento de una selección natural estética de lo audiovisual en la que solo sobreviven los formatos adaptados a las tecnologías contemporáneas para consolidar una estética lacónica. Se concluye que este desarrollo representa una negociación cultural paradójica: la ganancia en gestión individual contra la pérdida del espacio público simbólico y la atención profunda.

Palabras clave: Materialidad de la pantalla, estética lacónica, experiencia audiovisual, reel y videocast.

Recibido: Septiembre 2025. Aceptado: Octubre 2025

¹ Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor titular de la Universidad del Zulia. Periodista, productor y asesor comunicacional. Email: esulbaran@gmail.com



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual 3.0 Unported](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/).

The Materiality of the Screen: Evolution of the Medium and Reconfiguration of the Audiovisual Experience

Abstract

This research analyzes the diachronic evolution of the screen as a material support, and its reorganization of the audiovisual experience. Through a historical-comparative method and a theoretical corpus that includes McLuhan (1996), Postman (1998), and Manovich (2001), among others, it demonstrates that the transition from cinema to the smartphone implies an ontological mutation, progressively moving from collective contemplation to personal, and intimate interaction. The results reveal the emergence of an aesthetic natural selection of the audiovisual, where only formats adapted to contemporary technologies survive, thereby consolidating a laconic aesthetics. It concludes that this development represents a paradoxical cultural negotiation: a gain in individual agency versus the loss of symbolic public space, and deep attention.

Keywords: Screen materiality, laconic aesthetics, audiovisual experience, reel y videocast

1. Diacronía del espectáculo colectivo a la interfaz subjetiva: una introducción

Sucesora del lienzo pictórico y la ventana renacentista, la historia de los medios puede entenderse como una mutación física de la pantalla, pues hemos transitado de los grandes muros luminosos que han dominado las salas oscuras del cine a las pequeñas superficies de cristal del teléfono móvil que llevamos en el bolsillo. El modelo unidireccional y colectivo de la pantalla cinematográfica consolidó un régimen escópico que heredó y transformó la tradición perspectivista de la pintura occidental e instituyó el paradigma de la inmersión audiovisual.

Los estrenos de *Lo que el viento se llevó* (1934) y *Avatar* (2009) congregó, por ejemplo, a millones de espectadores en estos recintos, que compartían colectivamente una misma emoción. Igual sucedió con la difusión por TV del alunizaje del Apolo 11 en 1969 y ocurre con cada retransmisión de la

Super Bowl. Hoy, este público –también usuario– consume fragmentos de esas mismas películas y programas de televisión en su teléfono móvil, mientras intercala el visionado de distintos mensajes y videos cortos. Un contraste que indica la existencia de una importante transformación, núcleo de este trabajo: la evolución del soporte desde la experiencia de espectáculo público hacia un hábito de interfaz individual, que incluye un cambio de tamaño y la reconfiguración de nuestros modos de ver, escuchar y sentir.

Como afirmó McLuhan (1996), “cada nueva tecnología crea un nuevo ambiente”. Esta premisa resulta substancial para comprender que la creación y la percepción de lo audiovisual se hallan profundamente condicionadas por la materialidad del soporte que las apoya, porque el tamaño, la portabilidad y el contexto de su uso –mediados por la tecnología– determinan tanto la estética del lenguaje audiovisual como la experiencia del espectador. En una aparente simplicidad o transparencia, la pantalla se convierte en el dispositivo cultural más determinante de los últimos dos siglos, ya que su materialidad, ubicación y lógica de interacción han modificado nuestra percepción, sociabilidad y relación con el conocimiento.

Sin embargo, simplificar una evolución secular a la reducción del cambio de dimensión física sería obviar el significado más profundo de esta: la pantalla ha dejado de ser un objeto que miramos para convertirse en un ambiente que habitamos, además de una extensión de nuestro cuerpo y conciencia. Por tal razón, la transformación esencial mora en la dialéctica entre la materialidad del soporte y la experiencia del usuario, mediadas por la estética audiovisual. Los atributos físicos y tecnológicos como la ubicación, el tamaño (la relación de aspecto –entre el alto y el ancho de una pantalla–), la maniobrabilidad y la capacidad de interacción determinan decisivamente en la estética audiovisual de los contenidos.

La transición de una materialidad fija y pública hacia una portátil e individual ha reestructurado la ontología misma de la experiencia comunicativa del usuario, al desplazarla de la contemplación pasiva en un espacio ritualizado a la interrelación activa en un entorno personalizado. Partiendo de la inferencia de que esta variación es profundamente cultural y perceptual –y no puramente técnica–, se esquematiza una clara descendencia a través de cuatro paradigmas: la pantalla única del cine, la doméstica de la televisión, la multitarea del ordenador y la íntima del smartphone. Enmarcado

en una cambiante ecología de medios (Postman, 1998; Strate, 1999; Scolari, 2013), este recorrido vincula el estudio elemental de la estética audiovisual (qué se ve) y la experiencia del espectador (cómo se recibe) con la noción de que cada materialidad del soporte construye una singular epistemología visual, una forma específica de conocer o habitar el mundo a través de la pantalla.

Sustentado en el método histórico-comparativo, este estudio diacrónico se articula en el diálogo con un corpus teórico (que incluye autores clásicos y contemporáneos) y se aplica mediante tres criterios de observación específicos para cada soporte: criterio material, con el análisis de atributos físicos y contextuales de la pantalla (tamaño, relación de aspecto, portabilidad, ubicación e interfaz); criterio estético, con la identificación de los códigos de lenguaje audiovisual predominantes (tipos de planos, ritmo narrativo y estructura sonora) y criterio experiencial a través de la caracterización del modo de recepción y participación del usuario (contemplación, interacción, atención fragmentada o unidireccional).

Esta triangulación metodológica permite desagregar sistemáticamente la dialéctica entre permanencias y ausencias estéticas del audiovisual que son características de cada etapa, de un desarrollo que trasciende lo tecnológico para convertirse en una metamorfosis real de la experiencia mediática. El objetivo último sería demostrar que la estética contemporánea de los dos formatos audiovisuales interactivos más comunes hoy día (reels y videocasts)² es el resultado reducido de una larga negociación histórica con la materialidad de la pantalla y no un fenómeno aislado.

Este recorrido –del cine al teléfono móvil– revela una evidente novedad: la pantalla ha trascendido su función de ‘ventana’ para convertirse en un prototipo personificado, que redefine la tríada individuo-imagen-conocimiento. En consecuencia, el recorrido argumental seguirá el hilo de esta progresiva reducción físico-contextual del soporte, al describir cómo cada mutación material remodela, a su vez, la ecología audiovisual, sensorial y cognitiva del usuario.

2 Los Reels (en Instagram y Facebook; shorts, en YouTube) son piezas de video vertical y de muy corta duración (de entre 15 y 90 segundos), diseñados para el impacto inmediato con el uso de tendencias musicales, efectos de audio, transiciones visuales rápidas y textos superpuestos. El videocast, por su parte, es la evolución visual del podcast, un programa en formato de video, normalmente de larga duración, que se distribuye en serie por internet y se consume principalmente en YouTube.

2. Fundamentos teórico-conceptuales para el estudio de la pantalla

Para analizar la evolución de la pantalla en toda su complejidad, es necesario ubicarse en el marco de la ecología de los medios. Según esta perspectiva, como sintetiza Scolari (2013), las tecnologías de la comunicación son herramientas creadoras de ambientes que modifican profundamente las prácticas, las percepciones y las relaciones de los sujetos que las utilizan. En línea con esto, Strate (1999) definió esta ecología como el estudio de los entornos mediáticos, al enfatizar el rol que las técnicas, los modos de información y los códigos de comunicación desempeñan en la representación de los asuntos humanos. Desde este enfoque, el paso de la pantalla colectiva a la pantalla íntima no es solo un cambio tecnológico, sino una transformación ecológica: cada nuevo soporte actúa como una nueva especie que altera el ecosistema social, desplaza a las anteriores y redefine el hábitat perceptual de la cultura.

Naturalmente, para describir la evolución diacrónica de la pantalla, y esclarecer su incidencia en la cultura contemporánea, es indispensable contar con una base conceptual que permita estudiar sistemáticamente la interrelación entre el dispositivo, el lenguaje y el sujeto. Por ende, resulta significativo articular tres conceptos niales que funcionan en este caso como categorías analíticas interdependientes: la materialidad de la pantalla, la estética audiovisual y la experiencia del usuario.

En cuanto a la materialidad de la pantalla, McLuhan (1996) advirtió que en sí mismo, el medio es un ‘ambiente’ que configura la percepción y la experiencia; no es un contenedor objetivo. Esta perspectiva fue ampliada luego por Manovich (2006), para quien los soportes de los nuevos medios son ‘filtros culturales’ que dan forma a la obra; es decir, cada pantalla enmarca una ‘forma de ver’ específica, determinada por su arquitectura, ubicación y capacidades técnicas (Friedberg, 2006). Filosóficamente, los ‘objetos técnicos’ como las pantallas son ‘cristalizaciones de intenciones humanas’ capaces de estructurar nuestras posibilidades de acción y comunicación (Flusser, 2007).

En efecto, la materialidad de la pantalla es un ‘agente’ que habilita, prioriza o suprime determinados recursos expresivos y modos de recepción; por esta razón, podemos definirla como el conjunto de atributos físicos,

tecnológicos y sensoriales del soporte que condicionan activamente la producción, la distribución y la recepción de los contenidos: se consideran esenciales el tamaño y la relación de aspecto, la portabilidad, la ubicación (pública, doméstica, personal o íntima), el tipo de interfaz (táctil, ratón y mando/control) y el contexto de uso.

La estética audiovisual está constituida por el sistema de convenciones, códigos y recursos formales –visuales y sonoros– que se utilizan tanto para construir sentido, como para afectar perceptual y emocionalmente al espectador; a causa de ello, esta práctica negocia de manera constante con las posibilidades y limitaciones impuestas por la materialidad del soporte (la pantalla). Este proceso de construcción/afectación nos hace pensar en la presencia constante de un código, que Metz (2002) buscó cimentar al analizar el filme como una gran sintagmática cinematográfica, como un sistema significante específico del medio, que luego definiría y clasificaría Eco (1986).

En el mismo sentido filmico, Benet (2004) enfatiza que la estética es siempre el resultado de una lógica entre la tecnología disponible, las formas de producción y los contextos de recepción. Esta idea es también actualizada por Manovich (2005) cuando introduce los principios de ‘modularidad’ y ‘variabilidad’ para describir la nueva estética digital, determinada por la lógica computacional de su soporte.

Ahora bien, un enfoque decisivo para comprender la estética audiovisual como un sistema de códigos designados es el propuesto por Zettl (2017), quien la define como una ‘estética aplicada’, como la disciplina que estudia los procedimientos mediante los cuales se configura y articula el material audiovisual con el fin de incidir en la percepción del receptor. Para este autor, la estética audiovisual no es una reflexión filosófica abstracta, es el estudio de cómo las dimensiones estructurales y cualitativas de la imagen y el sonido (como la luz, el color, el espacio, el movimiento y el sonido) se manipulan de manera consciente para estructurar la percepción, los sentimientos del espectador e, incluso, un acontecimiento concreto.

Desde esta perspectiva, este tipo de estética se establece como un conjunto de herramientas técnicas y narrativas que, condicionadas por la materialidad de la pantalla, se usan intencionalmente para estructurar la experiencia sensorial del usuario; en otras palabras, no es un ornamento,

tiene propósitos comunicativos específicos. Así pues, la estética audiovisual es el repertorio de formas que, en diálogo con la materialidad de una pantalla –que define los límites del campo visual del que habla Zettl–, busca generar una experiencia perceptual y emocional del usuario

En este caso, la experiencia audiovisual se materializa en la vivencia sensorial, cognitiva y emocional del espectador al interactuar con un contenido mediado por una materialidad específica de pantalla; o bien, el fenómeno resultante de la intersección entre un texto, un soporte y un sujeto situado en un contexto cultural e histórico determinado. En definitiva, esta experiencia es la dimensión subjetiva y encarnada del consumo mediático (consumo de contenidos), que transita desde la inmersión contemplativa hasta la interacción fragmentada.

Al respecto, desde el análisis del filme, Casetti (2000, 2008) describe cómo el cine instaura un régimen de visión que construye una experiencia específica para el espectador a través de su dispositivo. Desde la perspectiva de la televisión, Varela (2017) estudia cómo la experiencia del espectador se cimienta a través de rutinas domésticas y formas de atención específicas, distintas a las del cine. A pesar de estas diferencias en la percepción de ambos medios de comunicación, el análisis de la evolución de la pantalla puede enmarcarse en una historia más amplia de los regímenes escópicos, concepto que Jay (1993) desarrolla para referirse a los modos históricamente constituidos de ver u organizar la experiencia visual.

En particular, la pantalla cinematográfica encarnó la culminación del régimen escópico perspectivista –cuando la realidad se interpreta subjetivamente–, basado en la mirada única, central y distanciada del espectador. La fractura de este precepto, teorizada por Jay (1993) en la filosofía del siglo XX, encuentra su materialización técnica definitiva en la pantalla fragmentada e íntima del smartphone, lo cual conduce a que Han (2014) enfatice cómo la experiencia contemporánea en las pantallas digitales está marcada por la hiperatención y el exceso de positividad, lo que genera una fatiga perceptiva específica.

Con la materialidad como agente condicionante, la estética como lenguaje aplicado y la experiencia como vivencia resultante se puede emprender el análisis diacrónico de la pantalla. Un recorrido que se inicia en el estadio fundacional y paradigmático del cine, pues es en la sala oscura

donde comienzan a plasmarse los conceptos y los axiomas primigenios que serán luego readaptados radicalmente.

3. La era de la materialidad colectiva y la experiencia de contemplación

Al describir la evolución de la pantalla como soporte del audiovisual, el pensamiento de Benjamin (2003) provee un ineludible punto de partida, porque vislumbró cómo la reproducción masiva alteraría el “aura de la obra artística”; por ello, el cine –como arte reproductible– conservaba un vestigio de aura a través de su materialidad colectiva con la experiencia comunitaria en la sala oscura: ese ‘aquí y ahora’ único y compartido ha constituido un ritual masivo que ha mantenido una cualidad experiencial singular. Este fenómeno se comprende igualmente a la luz del axioma de McLuhan (1996) para quien “el medio es el mensaje”. La materialidad del soporte cinematográfico –de enorme escala, lugar fijo en una edificación protocolar y tecnología centralizada en un proyector– constituye un canal con ambiente sensitivo que configura el contenido y la experiencia.

La pantalla de cine instituyó el paradigma original de la inmersión audiovisual: un modelo unidireccional de experiencia colectiva que McLuhan (1996) caracterizó como un medio “caliente” porque satura la vista y el oído en alta definición visual sin demandar participación activa. No obstante, esta sumersión se sustentaba en una paradoja fundamental anticipada por Benjamin (2003): la proyección masiva en la pantalla destruía el ‘aura de la obra’ –o la presencia única en el lugar en que se encuentra– al sacrificar la autenticidad ritual en favor de una nueva percepción social. Así, la sala oscura disuelve al individuo en el público para consolidar un modelo masivo de comunicación vertical y experiencia inmersiva.

Este ‘aquí y ahora’ colectivo mutaría drásticamente con la aparición de la televisión. Si el mensaje implícito del cine ha consistido en congregar un público mediante un rito, el de la televisión fue la domesticación del espectáculo. La materialidad de la TV –una pantalla de tamaño reducido en un contexto íntimo-familiar– trasladó la experiencia audiovisual del espacio público al hogar; aunque mantuvo la unidireccionalidad comunicativa. Este nuevo contexto sensorial disolvió el aura del evento único cinematográfico y reemplazó la inmersión contemplativa de este por una atención difusa e interrumpible; la pantalla dejó de ser un ‘altar laico’ para convertirse en un

mueble doméstico, lo cual marcó la primera gran descentralización de la experiencia audiovisual masiva.

3.1. La pantalla monumental como ventana inmersiva y experiencia colectiva: el cine

En el origen de esta genealogía se erige la pantalla de cine, un lugar secular cuya materialidad ha sido monumental, fija e inamovible. Su escala siempre ha demandado el desplazamiento físico del espectador y establecido una clara jerarquía espacial, perceptual y de poder (de la mirada o la narrativa), reforzada por la tecnología concentrada del proyector. La experiencia cinematográfica generada ha permanecido como una contemplación pasiva y absorbente, un ritual que se inicia cuando se apagan las luces –incluso antes– para sumir a la multitud en una oscuridad compartida. La temporalidad es impuesta e inflexible; el espectador se somete al tiempo de la proyección sin capacidad de gestión sobre los contenidos y explora otro mundo en un acto de sumersión silenciosa.

Esta experiencia ha sido profundamente social, basada en un pacto de atención unilateral, ya que, congregada físicamente, la audiencia reacciona de manera coral: las risas, los llanos y los suspiros se contagian y crean una emotividad comunitaria. Asimismo, la materialidad única y compartida del soporte del cine forja una temporalidad común, una memoria cultural colectiva. Aquí no existe espacio para la interactividad más allá de la reacción emocional; la narrativa fluye de manera lineal y autónoma. Esta configuración material consolidó un lenguaje audiovisual de planos secuencia y narrativas clásicas, modernas o posmodernas; una estética diseñada para impactar audiencias y en la cual la pantalla funciona como el espejo de sueños colectivos; la máxima expresión de un aura artística transformada en espectáculo.

Desde sus inicios, la pantalla cinematográfica se ha establecido como el paradigma de la sumersión audiovisual, un soporte cuya materialidad monumental y condiciones de recepción ritualísticas han determinado una gramática estética específica. Caracterizada por sus relaciones de aspecto en formato horizontal –desde el clásico 4:3 hasta el widescreen 16:9–, la sala oscura y el sistema de sonido envolvente de alta fidelidad, la experiencia comunicativa ha estado invariablemente diseñada para aislar al espectador

del mundo exterior. El contexto es fundamentalmente colectivo y de atención dedicada, un ritual social cuya contemplación se convierte en un acto único e irrepetible, libre de interrupciones.

Esta configuración técnica fortaleció la estética de la permanencia, basada en la complejidad y el detalle. Los planos generales y las composiciones visuales intrincadas encontraron su morada natural, al aprovechar la vasta escala cinematográfica para construir mundos coherentes y espectaculares. Las narrativas han podido desplegarse con un desarrollo lento, rápido o pausado, confiadas en un tiempo de atención garantizado por el propio diseño del espacio: la sala oscura. La fotografía juega con una sutil gama de matices de iluminación y color, perceptibles en toda la riqueza de la gran pantalla, mientras que la banda sonora opera con una dinámica compleja, desde el susurro más íntimo hasta el estruendo más avasallador, a través de sistemas de audio multicanal que envuelven al público.

De hecho, la proporción material de la pantalla cinematográfica ha sido un arquetipo de evolución en sí mismo, ya que la búsqueda de una mayor o absoluta inmersión dentro del espacio colectivo condujo la creación de sistemas como IMAX –acrónimo de Imagen Maximum– que, además de subvertir la razón de la gran pantalla, llevó la experiencia del cine a su máxima expresión al ampliar la escala hasta lo arquitectónico, curvó la superficie para abarcar el campo visual periférico del espectador y aumentó tanto la resolución como la calidad del sonido para saturar los sentidos: se creaba un espectáculo exacerbado, la magnificación del asombro a través de la materialidad técnica más impactante con base horizontal, para empequeñecer aún más al espectador frente a la imagen.

En contraste, lo que ha definido la estética del cine es precisamente la ausencia de los códigos que hoy dominan el panorama digital. Esta es la razón por la cual la inmediatez, la interactividad y la verticalidad se consideran conceptos no solo irrelevantes, sino antitéticos para la esencia de la cinematografía: la experiencia cinematográfica fue diseñada como un acto de mediación controlada focalizada en la lógica compositiva de una gran pantalla horizontal. Así, el cine consolidó un lenguaje autónomo en el que la espectacularidad y la profundidad narrativa se privilegian para establecer los cánones de lo audiovisual, que los nuevos medios se encargarían luego de desafiar o reformular.

3.2. La pantalla doméstica, la estética del flujo y la participación fría: la televisión

La incursión de la televisión representó la democratización del acceso audiovisual, pero también una redefinición profunda del soporte y su contexto de recepción. Físicamente, la pantalla de TV se creó mediana y horizontal (primero con relación de aspecto 4:3 y luego de 16:9, igual que el cine), aferrada al espacio doméstico y en un entorno lleno de eventuales distractores y una constante competencia por la atención del espectador. El sonido, inicialmente mono y luego estéreo, ha estado subordinado al diálogo y a la claridad narrativa, aunque alejado del sumergimiento sensorial del cine. Como teorizó Williams (2011), el contexto del ritual colectivo y atento al contenido único que emitía una película pasó al de una experiencia familiar y fragmentaria, caracterizada por un flujo continuo de programación de contenidos –reducidos al entretenimiento y la información en diferentes géneros y formatos audiovisuales– que se sucedían sin solución de continuidad para modelar una nueva forma de consumo audiovisual.

Esta migración del espacio público al privado instauró una poderosa dialéctica entre permanencia y ausencia: se mantuvo la narrativa lineal y el lenguaje de planos adquiridos del cine, aunque readaptados. El primer plano y el plano medio ganaron protagonismo por la necesidad funcional de garantizar la legibilidad de la acción y la expresividad de los personajes en una pantalla reducida dentro de un ambiente distractivo. El close up se convirtió en el recurso imprescindible para capturar y retener la atención del espectador en un espacio de consumo menos dedicado; mientras se extendía la duración de los planos generales en pantalla para que cada detalle pudiera ser apreciado por el espectador.

En consecuencia, los cambios y la ausencia fueron más profundos: se perdió la inmersión total y el sentido épico que definía la experiencia cinematográfica, pues la escala introspectiva de la nueva pantalla, así como la inevitable interrupción doméstica imposibilitaban la contemplación absoluta. En su lugar, emergió una estética propia del medio con el zapping, la pausa publicitaria y la serialidad; en cualquier caso, una estética de la fragmentación de los contenidos. El espacio televisivo se diseñó desde entonces para adaptarse a estas interrupciones potenciales, mediante estructuras narrativas episódicas, recapitulaciones –tras la publicidad– y

escenas de máxima tensión e intriga sin la subsiguiente resolución de la situación –o cliffhanger– que incentivaban tanto la sintonía continuada como la fidelidad al medio. La televisión redujo la pantalla y normalizó la atención parcial o distribuida; anticipó la economía de la atención que luego explotaría el entorno digital.

La transición de la sala oscura del cine a la sala familiar con la televisión marcó una reubicación de la pantalla, y esto alteró su relación con el espectador. McLuhan (1996), en un contraste perspicaz con su caracterización del cine, describió a la TV como un medio "frío", de baja definición, que requiere personalmente una alta participación para completar los detalles, puesto que, más allá de su ubicación física, la televisión transformó para siempre nuestras vidas sensoriales y nuestros procesos mentales al inaugurar una revolución perceptual desde la intimidad doméstica.

En contraposición, si el cine absorbe, la televisión invita –e incluso requiere– una atención más dispersa, integrada en la estructura de la vida cotidiana. Friedberg (2006) conceptualizó acertadamente esta nueva pantalla como la ‘ventana virtual’ por excelencia, un marco que ofrecía una vista al mundo exterior desde la comodidad del hogar. A pesar de ello, esta ventana permanecía firmemente cerrada a la interacción y el flujo de contenidos continuaba siendo rígidamente controlado por un reducido grupo de emisores. La materialidad de la pantalla televisiva encapsulaba así una contradicción fundamental: democratizaba el acceso a la información y al entretenimiento, pero mantenía al espectador en un rol fundamentalmente pasivo dentro de su propio espacio privado. Esta paradoja (entre la intimidad del contexto y la lejanía del emisor) prepararía el terreno cultural e intelectual para el impulso interactivo que traería consigo la pantalla digital.

4. La pantalla personal: el ordenador y el portátil como puente tecnológico-experiencial

Cuando el ordenador se masificó y se generalizó en los años 80 se abre una nueva fase como un estadio intermedio que no encaja en la era anterior ni en la posterior, actúa como un enlace tanto tecnológico como vivencial entre ambas. La popularización del ordenador personal de mesa, y posteriormente del portátil, introdujo una alteración de paradigma: la pantalla como una interfaz multifuncional e interactiva. Predominantemente horizontal (con

relaciones de aspecto de 16:9 o 16:10) y de tamaño variable, su soporte no se destina únicamente a la contemplación pasiva, pues el contexto de uso se redefine en una experiencia individual, de navegación activa y multitarea. Con el ordenador, equipado con ratón y teclado, el usuario ejerce un control directo e inmediato sobre lo que consume y la pantalla pasa a convertirse en un escritorio, un espacio de trabajo y ocio en el que múltiples ventanas compiten por la atención.

En esta nueva ecología mediática, la dialéctica entre permanencia y ausencia adopta una forma singular. A saber, subsisten la horizontalidad y cierta capacidad para albergar narrativas largas –evidencia del consumo de series en plataformas de streaming a través de un portátil–, lo cual se convierte en una práctica que extiende la tradición narrativa televisiva, aunque en un marco de consumo individualizado, que también hace posible el visionado ‘a la carta’ de una película.

La innovación más intransigente radica en la invasión de la estética audiovisual por los elementos de la interfaz (menús, campos de texto, íconos, botones y formularios), que convierten la experiencia inmersiva en algo manipulable e interrumpido. En la materialidad del soporte del ordenador se instauran los botones de play, las barras de progreso, las ventanas emergentes de chat y los controles de volumen que superponen un revestimiento de metainformación sobre la imagen para transfigurarse en un objeto más dentro de una superficie de trabajo digital.

Esta interactividad origina nuevos formatos nativos, como el videoblog grabado con una webcam que prioriza la intimidad, la espontaneidad y el diálogo directo con el espectador, además de establecer las bases estético-narrativas del actual videocast. La experiencia audiovisual junto con la atención del usuario no se pierde por distractores externos, sino que compite internamente con otras pestañas del navegador, notificaciones y aplicaciones, se fractura la experiencia lineal en una multitud de microsesiones de atención parcial: la pantalla es alterada para dar paso a una confrontación entre la estética audiovisual y su capacidad de negociar un espacio con la utilidad y la sobrecarga sensorial.

La irrupción del ordenador personal representó una ruptura epistemológica sin precedentes en la historia de la pantalla. Manovich (2001) argumentó de manera convincente que la pantalla se había erigido en la interfaz cultural

universal, un ‘metamedio’ capacitado para subsumir o remediar todas las formas culturales anteriores, desde el texto impreso hasta el cine y la televisión. Esta idea es magnificada por Friedberg (2006), quien señala que la pantalla única y estática del cine y la TV cedieron su lugar a una lógica profundamente ‘cubista’, caracterizada por la superposición y coexistencia de múltiples ventanas y cuadros –o frames– simultáneos.

En este sentido, la pantalla pasó de ser un destino contemplativo a una dinámica superficie para la producción, el trabajo, la comunicación y la creación. En este nuevo paradigma, la teoría de McLuhan (1996) entraría en un diálogo productivo con la de Manovich (2005): si para el primero, el mensaje se centra en la naturaleza del medio; para el segundo, el mensaje de la pantalla del ordenador es la lógica misma de la base de datos, la navegación y la operabilidad; es decir, cualquier contenido específico que se muestre en esta trasciende completamente y el usuario deviene, por primera vez, como operador activo de la interfaz cultural.

El portátil constituyó un significativo estadio de transición, un híbrido material que transformó la experiencia mediática, pues mantuvo rasgos de la materialidad doméstica (como dispositivo fijo, situado en el escritorio del hogar o la oficina, y que funciona a menudo como un recurso compartido perpetuador de un vestigio de experiencia familiar) y modificó los principios de la materialidad subjetiva. Cuando el ordenador se hizo portátil consolidó la pantalla horizontal como un vehículo de movilidad para la informática personal.

Durante estas décadas de masificación y transformación comunicativa, el ordenador de sobremesa (para el ocio), el portátil (para el trabajo) y el teléfono móvil (para la voz y los SMS) eran dispositivos que coexistían como ‘islas funcionales’. Sin embargo, la verdadera alteración de la pantalla llegaría mediante la integración de estos artefactos con el paradigma de la interfaz –no por la miniaturización de la materialidad del soporte– y en torno a una nueva metáfora tecnológica: la pantalla táctil como centro de control ‘mundial’, que transformaría la experiencia del usuario frente al consumo del audiovisual.

Esta integración se produjo a través de un proceso de convergencia tecnológica, filosófica y de diseño en la primera década del siglo XXI –catalizado por el iPhone en 2007 y masificado con Android entre 2008 y

2010–: la idea se centraba en rediseñar un ordenador en forma de teléfono, eliminar el teclado físico y unificar la interfaz visual e intuitiva en una pantalla táctil con funciones de teléfono, navegador, consola, cámara o reproductor con la intención de crear un ecosistema de aplicaciones. Nace así un único dispositivo, el smartphone, que ha trascendido su función de comunicación, en el que los usuarios han podido reemplazar su cámara, consola, GPS, reproductor de MP3 e, incluso, su portátil.

La pantalla del ordenador de mesa o del portátil fue, por tanto, la articulación esencial que permitió el salto de la domesticación televisiva a la intimidad del smartphone. Aunque su materialidad física sigue siendo predominantemente fija, la experiencia que facilita es radicalmente distinta: la interactividad, la modularidad y la creciente privatización del consumo dentro del espacio compartido –mediante auriculares y entornos digitales personales– empezaron a deshacer los últimos vestigios del aura benjaminiana entendida como evento colectivo, que no la eliminó íntegramente, pero sí la digitalizó y la puso a disposición del ‘toque’ del usuario. Con ello se estaba abonando el terreno técnico-cognitivo para la pantalla más personalizada y ubicua que definiría la era siguiente.

5. La era de la materialidad íntima y la experiencia de interacción

La llegada del smartphone supuso una revolución mediática y no precisamente por miniaturizar la pantalla, sino por transformar drásticamente su naturaleza material. Este soporte es más personal, portátil, táctil y está conectado de modo permanente a una red global de información. Su materialidad es líquida y ubicua; no es fija ni grande: la pantalla nos acompaña en el bolsillo, en el transporte, en la mesita de noche, en la mesa del café y en la cama; borra los límites entre el espacio público y el privado. Esta portabilidad extrema se combina con su carácter multifuncional: el mismo dispositivo es cine, banco, TV, biblioteca, ordenador, oficina y plaza pública. La tecnología ya no se centraliza, está distribuida y oculta tras una interfaz de usuario intuitiva que responde al tacto, un gesto íntimo capaz de establecer una relación corporal completamente nueva con la imagen.

Esta neomaterialidad de la pantalla ha generado una experiencia del usuario extremadamente opuesta a la del espectador clásico: El sujeto pasa de ser receptor pasivo a un agente activo, un prosumidor –productor y

consumidor a la vez (Toffler, 1980)– que navega, elige, comenta, comparte y hasta crea contenido; de ahí que la experiencia audiovisual convierte la contemplación sumisa en interacción constante y atención fragmentada. La temporalidad fija e impuesta por los medios tradicionales se ha disuelto en favor del consumo a la carta e ininterrumpido: es el usuario quien controla el flujo narrativo. Desde entonces, la pantalla se constituye en un espejo personal, adaptable a nuestros gustos mediante algoritmos, que prescribe una realidad a la medida del sujeto, por cuanto la interacción táctil –deslizar, pellizcar o tocar la pantalla– convierte la experiencia audiovisual en un diálogo haptico, además de romper la barrera invisible que separaba al espectador de la imagen.

El cine inició la disolución del ‘aura de la obra de arte’ (Benjamin, 2003), pero la pantalla personal del smartphone la ha destruido completamente al multiplicar la experiencia audiovisual en algo generalizado y disgregado, contrario a la experiencia de los medios masivos tradicionales, porque esta nueva materialidad mediática emite un mensaje drásticamente opuesto del que hablaba McLuhan (1996): la individualización conectada.

En este ecosistema, la estética del lenguaje audiovisual se ha reajustado para servir a la nueva materialidad del soporte y la experiencia del usuario. De hecho, el formato vertical –hegemónico en plataformas como TikTok e Instagram– emerge de la propia ergonomía del soporte móvil, cuya incidencia genera otra estética que responde a una economía de la atención en un entorno de sobreestimulación y la interfaz gráfica en sí se integra en la narrativa para formar parte de la experiencia estética. Alejada del mundo autónomo, la pantalla íntima se convierte en una extensión de la identidad y las relaciones sociales del usuario en un espacio de consumo, producción y comunicación fusionados.

5.1. La pantalla lacónica: Intimidad, verticalidad y algoritmo en el smartphone

El smartphone representa la culminación momentánea de la miniaturización y personalización del soporte audiovisual. Su pantalla mínima, lacónica, con la verticalidad (9:16) como formato predominante, su interfaz táctil y portátil, varían la experiencia de consumo de manera extrema. Como se consume principalmente a través de auriculares, el sonido

se convierte en un estímulo privado e íntimo, un canal directo al individuo; el contexto físico pasa del hogar a la experiencia exclusivamente privada, subjetiva, ocupada y en movimiento –on the go, en inglés–, que ocurre en espacios transitorios y está gobernada por el gesto físico del scroll³ y el método invisible del algoritmo de “recomendación” de la herramienta tecnológica. El scroll pasa a sustituir al zapping en la búsqueda de contenidos, desde una perspectiva mucho más inmersiva que “personaliza” cada algoritmo y crea la ilusión de individualidad; un fenómeno cuya relevancia requiere de nuevas investigaciones.

Esta materialidad específica impone una variación estética, caracterizada por la ausencia forzada de los cánones audiovisuales previos. Casi todo lo que definía lo cinematográfico se vuelve técnicamente inviable o estéticamente irrelevante: Los planos generales pierden su impacto o detalle al quedar reducidas a “manchas indistinguibles en pocas pulgadas”, las composiciones visuales complejas y simétricas se vuelven disfuncionales en el estrecho marco vertical, los matices sutiles de la iluminación y el color se desperdician bajo la luz directa del sol o en condiciones de visión variables y el sonido envolvente –o surround–, diseñado para la inmersión espacial, es sustituido por la sumersión craneal de los auriculares.

Frente a estas ausencias, lo que permanece requiere una adaptación extrema para sobrevivir en el nuevo ecosistema. Así: el primer plano (e incluso el extreme close up) se erige como el plano más común y dominante, ya que su función es ahora utilitaria –ni expresiva ni dramática– para garantizar la legibilidad inmediata del contenido y la conexión emocional, pero en formato minúsculo. Igualmente, la narración se contrae hasta lo ‘hiperbreve’ al condensar la máxima información o impacto emocional en segundos, en una lucha constante por retener la atención en un flujo infinito de contenidos, “sugeridos” por el propio algoritmo.

De esta tensión entre lo perdido y lo adaptado surge un nuevo régimen estético audiovisual nativo del soporte móvil: El primero y más evidente

3 Término informático masificado con el uso del teléfono móvil para referirse al desplazamiento de contenido en una pantalla táctil en diferentes direcciones (horizontal, vertical o multidireccional; desde arriba, abajo o lateral) para poder consumir toda la información que no puede observarse en una visualización inicial. Se logra al deslizar el dedo (hacia arriba, abajo, izquierda o derecha) en la pantalla, al usar la rueda de desplazamiento o al hacer clic o arrastrar la barra de deslizamiento vertical. En un contexto no tecnológico, este término se asemeja a una voluta, pergamino o bucle.

es la estética vertical, pues la relación de aspecto 9:16 deja de ser una limitación para convertirse en un lenguaje compositivo propio, que redefine los encuadres, los movimientos de cámara y la forma de guiar la mirada del espectador, y esto obliga a recentrar la figura humana y los objetos.

Paralelamente, irrumpen la ‘estética del pulgar’ con la cual la edición se rige por la biomecánica del scroll al producir un ritmo pulsátil. Un ejemplo empírico claro es el formato de POV (Point of View) en TikTok, en el cual una sucesión rápida de primeros planos extremos –que rara vez duran más de 1.5 segundos– y textos superpuestos que aparecen al ritmo de un audio viral, crean una ilusión de inmersión e inmediatez que exige una reacción instantánea antes del siguiente video. Con esto, el ritmo frenético de transiciones rápidas, cortes al compás de la música, textos que aparecen y desaparecen sincronizados con la voz y efectos visuales que imitan los errores más comunes de los medios digitales (o efectos glitch) –como distorsiones, líneas de escaneo o pixeles desplazados–, usados generalmente como un “estilo artístico y de diseño” para evocar una sensación retro o futurista, son diseñados con la idea de crear una cadencia hipnótica que incentiva el desplazamiento continuo (incluso durante horas) hacia el siguiente video.

El sonido también muta drásticamente porque en la actualidad se transforma en una guía estructural. De hecho, la música de tendencia vigente, popular –o trending– y los efectos de sonido (como risas enlatadas o explosiones) no son ambientales; se vuelven elementos de puntuación narrativa y códigos comunitarios o urbanos, tal como analizaron Burgess y Green (2018) en la cultura participativa: Un audio viral puede dictar la estética visual de miles de videos para demostrar la primacía de lo sonoro en la economía de la atención.

Por último, se consolida el principio de que la interfaz es el contenido. Los elementos de la plataforma –los corazones de los ‘me gusta’, el contador de reproducciones y los comentarios superpuestos– dejan de ser metadatos externos para integrarse en la experiencia estética misma. Son signos de validación social exhibidos como parte del espectáculo al borrar la línea entre el contenido y su recepción. En efecto, el smartphone no es simplemente una pantalla más pequeña, es un dispositivo regulador que, a través de sus condicionantes materiales (verticalidad, tamaño y tactilidad) y sus sistemas de distribución algorítmica, genera una estética propia caracterizada por la

inmediatez, la intimidad intensiva y la sumisión a la lógica del engagement o el grado de compromiso, interacción e involucramiento de los usuarios con su marca, contenido o empresa: en esencia, la creación audiovisual en este soporte es un acto de diseño a favor del algoritmo.

Este artefacto representa la materialización final de la interfaz cultural de Manovich (2005), pero llevada a una escala corporal en un estado de conectividad perpetua. Jenkins (2006) identificaría este ecosistema como el nodo central para la convergencia cultural, un fenómeno en el cual los flujos de contenido mediático son estimulados por la participación emocional de los consumidores y la pantalla del smartphone es el canal por el cual esta participación se moviliza constantemente. Por ello, ya no es solo una ventana para ver o una interfaz para interactuar, ahora es un portal de acceso permanente a redes sociales, afectivas y laborales, una prótesis cognitiva que determina la experiencia del espacio y del tiempo que se funde con la mano o el bolsillo y borra los últimos vestigios de la distancia que separaba al espectador de la televisión y consolida una nueva ontología de la presencia siempre conectada, disponible, lacónica y profundamente personal.

Tal como se ha observado, la evolución de la pantalla debe entenderse como un proceso de ecología mediática en la que cada nuevo soporte, como postuló McLuhan (1996), genera un nuevo ambiente humano que reconfigura nuestros sentidos y comportamiento social. Sin embargo, este cambio no es inocuo, pues, como advirtió Postman (1998), cada tecnología encarna una filosofía implícita que amplifica ciertas capacidades (la inmersión, la portabilidad y la interacción) mientras descarta otras (la contemplación, la paciencia y lo colectivo). De todos modos y siguiendo a Postman, todo avance tecnológico es en realidad una negociación cultural: la pantalla íntima del smartphone nos otorga un gran poder de gestión, aunque la cultura paga un precio por ello, siempre a costa del espacio público simbólico y la atención profunda que caracterizaban a los medios precedentes. De esta forma, los medios, al naturalizarse, se convierten en mitos que ocultan las pérdidas detrás de las ganancias. Una vez recorrida esta evolución, es necesario evaluarla a la luz de una pregunta más amplia: ¿qué hemos ganado y qué hemos perdido en esta negociación?

5.2. La gran transformación estética: ausencias, permanencias y emergencias

La materialidad íntima del smartphone ha redefinido radicalmente la experiencia audiovisual contemporánea, al imponer una diferencia que puede analizarse a través de un triple movimiento: ausencias forzadas, permanencias adaptadas y emergencia de nuevas formas sensoriales. Esto afecta tanto al contenido como a la misma naturaleza de cómo experimentamos lo audiovisual, pues donde antes existía una experiencia inmersiva y contemplativa, ahora predomina una experiencia fragmentada, interactiva y personal. Esta triple tendencia puede comprenderse a través de la semiótica de Barthes (1990,1999). Si aplicamos su consabida distinción entre mensaje literal (denotación) y mensaje simbólico (connotación), observamos que la pantalla lacónica desplaza masivamente la comunicación hacia el segundo registro porque estamos en presencia de un cambio en el régimen de significación y no de una simple observación metafórica.

En el plano de las ausencias forzadas, se aprecia cómo elementos fundamentales del lenguaje cinematográfico resultan inviables: los planos generales pierden su capacidad de asombro al reducirse a dimensiones mínimas, las composiciones visuales elaboradas se colapsan en la pequeña pantalla, mientras que la riqueza cromática y el sonido envolvente se diluyen en entornos de consumo disruptivos. Esta pérdida técnica tiene una consecuencia experiencial directa: la desaparición de la inmersión profunda característica del cine y el compartir doméstico de la televisión han sido sustituidos por una relación con la imagen más táctil y superficial, aunque más interactiva.

Frente a esta erosión, ciertos elementos persisten mediante permanencias adaptadas. El primer plano –planos cercanos (o cerrados) en general– se convierte en la composición visual más dominante por necesidad experiencial, no por elección estética: es el único encuadre que garantiza legibilidad emocional rápida en un contexto de atención dividida. Igualmente, la narración se compacta en formatos más breves, ajustados a los patrones de consumo actuales y se transita de la experiencia del viaje contemplativo a una sucesión rápida de estímulos.

En la emergencia de lo nuevo, la experiencia audiovisual encuentra su expresión más radical al nacer una estética vertical que reorganiza

completamente nuestra percepción del espacio visual, en tanto que una ‘estética del pulgar’ sincroniza la edición con la ergonomía del scroll: se crea un ritmo pulsátil transformador del espectador en copartícipe del flujo narrativo que, desde la perspectiva barthesiana, se constituye en un significante cuyo significado cultural recae en la urgencia, la abundancia y el consumo acelerado; o bien, como un gesto cargado de connotaciones posmodernas de impaciencia o de acceso ilimitado.

En el panorama audiovisual actual, esta transformación estética ha creado dos modalidades experienciales claramente diferenciadas: el videocast (de YouTube) que representa una experiencia de transición que negocia con la herencia de los medios tradicionales, mantiene la horizontalidad del encuadre y estructuras narrativas extendidas que evocan la contemplación característica del cine y la televisión, pero adaptada a las nuevas condiciones de atención. Un caso emblemático es el canal de divulgación científica Veritasium, cuyos videos mantienen una estructura narrativa documental extensa (horizontal y planos variados), integran elementos de la lógica digital interactiva –como preguntas directas a la audiencia en los comentarios–, miniaturas (o thumbnails) de alto contraste diseñadas para el ‘toque’ y edición con ritmo acelerado para retener la atención en un entorno competitivo. Esta experiencia híbrida incorpora elementos interactivos, se optimiza para consumo en pantallas medianas y se crea un espacio intermedio en el cual conviven la profundidad temática y las lógicas digitales.

En el extremo opuesto, el reel o short (Instagram/TikTok) encarna la práctica nativa digital en estado puro. Aquí, la experiencia audiovisual es inseparable de la materialidad del smartphone: la verticalidad determina una nueva forma de mirar, la brevedad impone una temporalidad acelerada y la edición se subordina completamente al método del flujo de contenidos propuesto por el algorítmico, que pueden desplazarse y consumirse –por el feed o flujo constante de contenidos–. Esta experiencia genera una nueva sensibilidad, la inmersión profunda cede ante el estímulo inmediato y la participación constante; es decir, no negocia con el pasado de los medios tradicionales; aunque substraer buena parte de su lenguaje.

El concepto de pantalla lacónica emerge como la culminación teórica que unifica los fenómenos analizados, pues describe la ética de la comunicación visual de gran condensación definitoria de la era del smartphone. Esta

pantalla supera el concepto de soporte para convertirse en un dispositivo retórico que exige que cada fracción de segundo, elemento visual y sonido estén optimizados para transmitir e interactuar con un contenido, un mensaje o una emoción con máxima eficiencia, al eliminar cualquier detalle considerado superfluo. Es la materialización física y estética de los lenguajes algorítmicos y la razón de ser de algunas ‘nuevas reglas’ como la ‘ley de los tres segundos’ y el hábitat natural del reel, que retroalimentan el algoritmo.

Esta capacidad lacónica representa la antítesis de la pantalla cinematográfica. Mientras el cine de Tarkovsky o Kubrick, por ejemplo, invitaba a una contemplación reflexiva, la pantalla lacónica exige una reacción inmediata y encarna el ‘mito de la eficiencia digital’ al promover la ilusión de que la mejor y más efectiva comunicación es la más rápida y directa, pero que elimina los matices, la ambigüedad y la complejidad discursiva tanto del cine como de la televisión: esta particular característica lacónica es, por demás, simbólica. El hecho de que el cine, la televisión, el ordenador y el portátil hayan convergido y mantenido la relación de aspecto 16:9 –incluso mientras la pantalla se reducía– representa la persistencia cultural, la transición negociada y la hegemonía prolongada de un régimen escópico horizontal en un ecosistema mediático fragmentado.

Las intenciones y los significados de esta persistencia en la relación de aspecto podrían ser muchos, aunque, dentro de los más significativos está la continuidad del paradigma narrativo: la relación de aspecto 16:9 es el formato de la narración, el heredero directo del encuadre cinematográfico y la composición televisiva, ideales para contar historias que involucran interacciones entre personajes, paisajes y escenarios. Por más que el dispositivo cambie, su permanencia asegura que la lógica del espectáculo y del relato del mundo subsista como el estándar de producción cultural dominante para el filme, las series y los documentales.

Esta relación de aspecto se vuelve además una estrategia de re legitimación y de valor cultural, pues asimilar el formato del cine y la TV fue algo consciente de los fabricantes de ordenadores y portátiles, como un gesto simbólico para asociar estos nuevos dispositivos con el prestigio y la inmersión de los medios tradicionales; en este mismo sentido, la relación de aspecto 16:9 confería capital cultural a la tecnología digital. Esta persistencia puede entenderse como la resistencia del ecosistema mediático

antiguo a ser completamente absorbido por la lógica vertical y fragmentada del smartphone. En tanto el contenido se consumiera mayoritariamente en pantallas horizontales, las narrativas estéticas y económicas de la industria del cine y la televisión podrían sobrevivir y adaptarse, en lugar de ser clausuradas por completo por la estética lacónica del móvil.

Sin embargo, el giro de la relación de aspecto horizontal (16:9) a la vertical (9:16) constituye quizás la señal más vívida y simbólica de la transición desde la pantalla colectiva a la pantalla íntima. Este cambio no es solo una adaptación técnica o un simple ajuste formal, es toda una reorientación ontológica de la mirada, una transformación simbólica que encapsula la modificación total de la experiencia audiovisual analizada aquí al representar el vuelco de una epistemología del mundo a una epistemología del yo.

La pantalla horizontal (16:9) ha impuesto una epistemología del mundo en cuanto sigue siendo un marco para contener realidades expansivas, paisajes, interacciones sociales y hasta narrativas épicas o, mejor, la relación de aspecto de la objetividad, lo colectivo y lo narrativo al representar incluso la ‘mirada del ser humano’: La pantalla es una ventana que muestra el mundo como espectáculo y el espectador es un observador.

Por el contrario, la pantalla vertical (9:16) establece una epistemología del yo, ya que su formato es inherentemente antropomórfico: se asemeja a la silueta humana erguida, prioriza el rostro, el cuerpo individual y el espacio personal inmediato. Este nuevo marco no es una ventana al mundo, sino un espejo o un retrato en movimiento que invita a concentrarse en el sujeto cercano, la expresión facial y la confesión directa a la cámara. Es la relación de aspecto de la subjetividad, la intimidad y la inmediatez, por ello personifica la razón del selfie y la comunicación interpersonal, donde el mundo exterior se reduce a un fondo desenfocado o a un decorado al servicio de la expresión individual.

Esta inversión del eje de la mirada –de lo horizontal-colectivo a lo vertical-individual– es, naturalmente, la materialización simbólica más pura de la pantalla lacónica. En sí mismo, el formato vertical es un acto de condensación y selección: excluye el contexto para enfatizar al personaje-sujeto-usuario y elimina lo superfluo –como el paisaje, el grupo o la escena–

para concentrar toda la fuerza expresiva en el individuo y su mensaje inmediato.

Al superar la limitación técnica, la verticalidad (9:16) se trasfigura en un significante de intimidad y subjetividad; la brevedad de los contenidos es un signo de la economía de la atención y no solo es un asunto de práctica. Precisamente, lo que Barthes (1999) identificaría como los 'mitos', en este caso, de la inmediatez y la eficiencia se naturalizan a través de la materialidad del soporte al cargar de connotaciones culturales específicas cada elección estética.

5.3. El algoritmo como 'curador estético'

La materialidad íntima del smartphone encuentra su operador cultural en el algoritmo de recomendación, que actúa como un curador estético. Este papel puede desglosarse operacionalmente en tres funciones: selección y promoción, en este caso el algoritmo prioriza y promueve aquellos contenidos cuyos rasgos estéticos demuestran una mayor eficacia en las métricas de engagement (tiempo de visualización, retención e interacciones). Estandarización, al recompensar sistemáticamente ciertos formatos, el algoritmo homogeniza los repertorios creativos y los creadores internalizan estas "reglas de visibilidad" al adaptar su estética para satisfacer los criterios de la plataforma. Y, finalmente, la personalización de la epistemología visual, porque el algoritmo construye esferas de experiencia estética personalizadas; esto es, cada feed es único, lo cual significa que la epistemología del yo no solo está determinada tanto por la pantalla vertical como por el régimen de visibilidad personalizado que consolida nuestros gustos y sesgos: el algoritmo es el rector de nuestra experiencia audiovisual contemporánea.

6. Una conclusión provisional

El recorrido sobre la materialidad de la pantalla a partir del cine confirma que la evolución tecnológica supera la sucesión de dispositivo y deriva en una profunda mutación en la ontología de la experiencia mediática (espectador/usuario), que se construye como el signo más apropiado para desentrañar esta reconfiguración: se ha pasado de un modelo de recepción ritualizada

y pasiva a uno de participación activa, pero canalizada y monetizada, en la cual la estética se moldea a las demandas del uso y del algoritmo.

Definida como una importante innovación comunicativa, este tránsito ha sido respaldado por las teorías de autores tanto clásicos como contemporáneos. En cualquier caso, la inferencia no es que las pantallas se hayan hecho más pequeñas, sino de que se han hecho más personales: la imagen no es más nítida, la experiencia es más íntima. La evolución secular desde el cine al smartphone representa, en esencia, el tránsito de una tecnología del espectáculo a una tecnología de la subjetividad, pues el mensaje más profundo está en la nueva relación simbiótica que establecemos con el propio soporte, ahora se aleja del contenido que vemos, y la materialidad de la pantalla ha devenido en una nueva filosofía de la experiencia humana más personal o menos colectiva, al menos.

Queda demostrado que la materialidad del soporte ha sido el factor determinante en una especie de ‘selección natural estética’ puesto que, al superar la simple miniaturización, la reducción física de la pantalla constituye un proceso progresivo en el cual sobreviven los rasgos más adaptables: el primer plano como “plano soberano”, la narración hiperbreve y el sonido como guía estructural; aquello que sobrevive o perdura en el ecosistema móvil es lo más funcional, mas no necesariamente lo mejor en términos absolutos.

En consecuencia, el resultado de esta evolución es la consolidación de lo que podemos denominar, en otro sentido, una estética lacónica. Inspirado en el ethos espartano de comunicación breve y contundente, este paradigma exige que cada elemento compositivo –un plano, un sonido o un texto superpuesto– justifique hiperbólicamente su existencia dentro de una economía de la atención brutalmente competitiva. Es la materialización definitiva de una ética de la supercondensación, en la cual la síntesis extrema (de forma y de función) se convierte en la estrategia de supervivencia dentro del flujo algorítmico.

Las implicaciones de este cambio pueden ser tanto profundas como paradójicas: por un lado, la interactividad y la personalización suponen una indiscutible ganancia para el individuo. Por otro, corremos el riesgo de

perder el espacio público simbólico que representa la sala de cine, ese ámbito de confrontación colectiva con narrativas comunes, así como también la congregación familiar en torno a la TV o la sustitución del ordenador, ambos implican un proceso ritual que incluye espacio condicionado-soporte-pasividad. La materialidad íntima nos empodera, pero nos fragmenta en algoritmos, redefine la atención, la sociabilidad y nuestra misma relación con el conocimiento.

La confirmación más elocuente de la consolidación de la pantalla lacónica como paradigma es la emergente producción de ficción serial vertical en plataformas como TikTok y Snapchat. Este fenómeno puede leerse a través de la semiótica de Barthes, dado que si la pantalla cinematográfica funcionaba como un mensaje literal o denotativo (una ventana que pretendía mostrar un mundo), la pantalla lacónica del smartphone, incluso en estas nuevas narrativas, opera predominantemente en el registro de la connotación. Ahora es un espejo escueto que nos devuelve una imagen personalizada de nuestros propios deseos, interacciones y afinidades, dentro del cual el significado sobrepasa lo representado para centrarse en la interacción del usuario con su propio reflejo mediático y en la validación social que este acto genera. Así, estas microseries verticales podrán interpretarse como el nuevo mensaje cultural o simbólico de nuestra era: la narrativa se transforma en cualquier espacio-soporte condensado-participación y la estética lacónica se revela lo suficientemente robusta para albergar relatos, pero solo aquellos que negocien su existencia con las leyes de la inmediatez y el engagement.

Este análisis fundamenta las bases para una investigación posterior al comprender cómo la materialidad del soporte condiciona la gramática estética del audiovisual y establece el piso necesario para dos preguntas concluyentes: ¿cómo los algoritmos de las plataformas estandarizan, homogenizan e instrumentalizan los repertorios estéticos emergentes en función de lógicas de engagement y la acumulación de atención? ¿Cómo será la nueva materialidad del soporte? Comprender esta evolución es fundamental para descifrar el ecosistema mediático del mañana y asegurar que, en la búsqueda de la eficiencia lacónica, no sacrificaremos por completo el valor de lo complejo, lo reflexivo y lo compartido.

4. Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía*. Paidós. (Obra original publicada en 1980).
- Barthes, R. (1999). *La aventura semiológica*. Paidós. (Obra original publicada en 1985).
- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. Siglo XXI. (Obra original publicada en 1957).
- Benet, V. J. (2004). *El cine español. Una historia cultural*. Paidós.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Itaca. (Obra original publicada en 1936).
- Bucher, T. (2018). *If...Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Burgess, J., y Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Polity Press.
- Casetti, F. (2000). *El film y su espectador*. Cátedra.
- Casetti, F. (2008). *Eye of the Century. Film, Experience, Modernity*. Columbia University Press.
- De Kerkhove, D. (1999). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad de la web*. Gedisa.
- Eco, U. (1986). *La Estructura Ausente: Introducción a la Semiótica*. 3^a edición. Lumen. (Obra original publicada en 1974).
- Friedberg, A. (2006). *La ventana virtual: De la perspectiva al espacio de la información*. Cendeac.
- Flusser, V. (2007). *Filosofía del diseño*. Síntesis. (Trabajo original publicado en 1985).
- Han, B.-C. (2014). *La sociedad del cansancio*. Herder.
- Jay, M. (1993). *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*. University of California Press.

- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. New York University Press.
- Lizarazo, D. y Sánchez, J. (Coords.). (2012). *Dibujar a McLuhan. Visualsonointerficialidades*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios: La imagen en la era digital*. Paidós.
- Manovich, L. (2006). *El software toma el mando*. Editorial UOC.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Paidós. (Obra original publicada en 1964).
- Metz, C. (2002). *Lenguaje y cine*. Planeta-De Agostini. (Obra original publicada en 1971).
- Postman, N. (1998, marzo). *Five Things We Need to Know About Technological Change*. Presentado en una reunión de teólogos y líderes religiosos en Denver, Colorado. <https://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. (2013). *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico*. En *Quaderns del CAC*, 13 (1), pp. 17-25.
- Strate, L. (1999). *Understanding MEA*. En: *Media Res*. 7(1), p. 1-2.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza y James Editores.
- Varela, M. (2017). *La televisión y sus cuestiones. Audiencias, industria y mediaciones*. Grupo Editor Universitario.
- Verón, E. (1999). *Entre la epistemología y la comunicación*. En: *Cuadernos de Información y Comunicación*. 4, pp. 149-155.
- Williams, R. (2011). *Television: tecnología y forma cultural*. Paidós. (Obra original publicada en 1974).
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Paidós.

- Zettl, H. (2017). Visión, sonido, movimiento: Estética aplicada a los medios (A. L. Eguiagaray, Trad.). Editorial Paraninfo. (Obra original publicada en 1973).