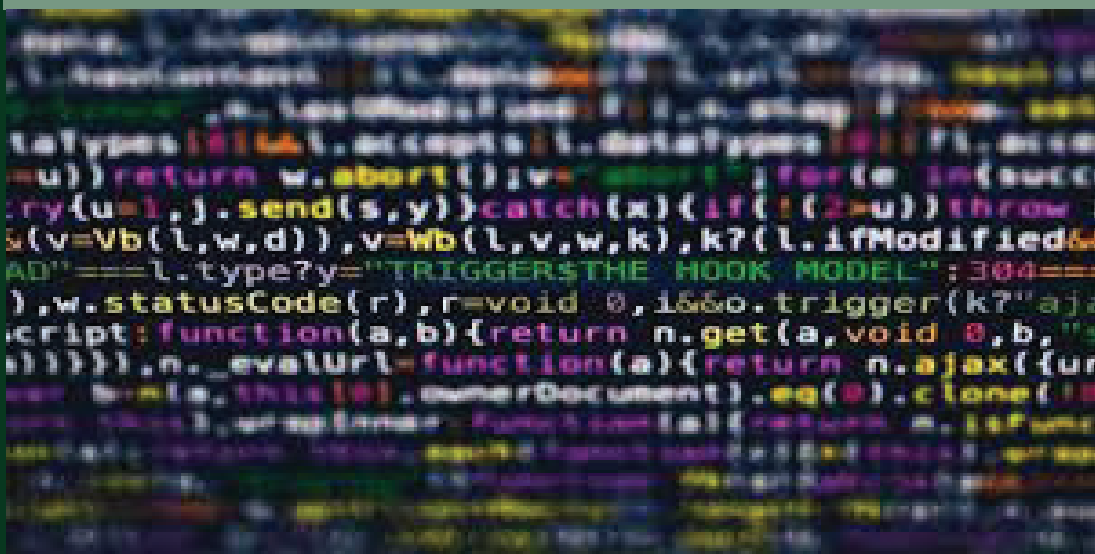


Entre Algoritmos y Narrativas

**Comunicación,
Identidad y Consumo en la
Sociedad Conectada**



**Tatiana Hidalgo-Marí
Javier Herrero-Gutiérrez
(coordinadores)**

ISBN: 979-13-7006-735-9

Entre Algoritmos y Narrativas: Comunicación, Identidad y Consumo en la Sociedad Conectada

Coordinadores

Tatiana Hidalgo-Marí, Universidad de Alicante (España)

Javier Herrero-Gutiérrez, Universidad de Salamanca (España)

Editorial Dykinson



CONGRESO INTERNACIONAL DE
INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN
Y MEDIOS AUDIOVISUALES



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Educació,
Universitats i Ocupació



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de
Ciencias Sociales



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



UNIVERSITAT D'ALACANT
UNIVERSIDAD DE ALICANTE
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Resumen

Esta monografía reúne investigaciones que exploran cómo la comunicación se transforma en la era digital, desde la irrupción de la inteligencia artificial hasta la evolución del consumo cultural y publicitario. Se abordan los nuevos lenguajes en redes sociales, podcasts y vídeos, así como las narrativas políticas, corporativas y de sostenibilidad. También se analizan fenómenos sociales y culturales como la influencia de Instagram en contextos diversos, la apropiación tecnológica en la educación, o el papel del flamenco y las artes visuales en tiempos de pandemia. La publicidad y el branding se estudian frente a los retos de la fragmentación digital, los estereotipos y el *streaming*. Además, se destacan experiencias de desinformación y ciudadanía crítica, junto con el uso de las plataformas para crear identidad y comunidad. En conjunto, la obra ofrece una mirada plural y crítica sobre los cruces entre comunicación, tecnología y sociedad.

Los capítulos han sido revisados por pares no ciegos.

Coordinadores

Tatiana Hidalgo-Marí, Universidad de Alicante (España)

Javier Herrero-Gutiérrez, Universidad de Salamanca (España)

Maquetación

Alejandro Bernabéu-Serrano, Universidad de Alicante (España)

Financiación

Este volumen se edita gracias a las ayudas recibida por Generalitat Valenciana, para la organización y difusión de congresos, jornadas y reuniones científicas, tecnológicas, humanísticas o artísticas de carácter internacional (CIAORG-2024), para la anualidad 2025; también ha contado con el apoyo económico del “Programa propio V, modalidad C: Difusión de resultados de investigación” del Vicerrectorado de investigación, de la Universidad de Salamanca, anualidad 2025.

**Esta obra está bajo una licencia
Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional**



© Los autores

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 979-13-7006-735-9

Maquetación:

Realizada por los autores

Índice

1. MÁS ALLÁ DEL CASTELLANO: LOS CASOS DEL EUSKERA Y EL GALLEGO EN LA FICCIÓN SERIADA DE PLATAFORMAS (2019-2024), por Patricia Palomares-Sánchez y Jorge Abad-Pérez	13
2. APROPIACIÓN TECNOLÓGICA Y USO ACADÉMICO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN PUNO-PERÚ, por Flavio D. Abarca Macedo, Mauro Tapia Cruz y Yeni Pari Yana	26
3. ASIMETRÍA DE IMPACTO Y RENDIMIENTO DE CONTENIDOS EN LAS COMUNIDADES DIGITALES DE LOS PRINCIPALES TALK-SHOW ESPAÑOLES, por Miguel Ángel Díaz Monsalvo	35
4. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. BRANDING Y COMPROMISO SOCIAL EN LAS ONGS, por Carlos Sáenz-Torralba	56
5. ESTEREOTIPOS PUBLICITARIOS E INFLUENCIA SOCIAL: CONTRADICCIÓN ENTRE LA DEMANDA SOCIAL Y LA REALIDAD COMERCIAL. ANÁLISIS DEL CASO DE VICTORIA'S SECRET, por Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate y Javier Bellmunt Cumplido	67
6. REFLEXIONES ACERCA DE LA CONSTRUCCIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA MARCA PERSONAL DEL REY SOL, por Alfonso Freire-Sánchez y Roser Serra-Florensa	88
7. CONECTANDO PASIÓN Y LIKES: EL FENÓMENO DIGITAL DE LA BANDA EL PASO Y LA ESPERANZA DE MÁLAGA, por Diego Berraquero-Rodríguez y Francisco Javier Cristófol	101
8. EL VÍDEO COMO MEDIO TRANSFORMADOR DEL LENGUAJE: DE LA RUPTURA NARRATIVA EN LA IMAGEN EN MOVIMIENTO A LA CRÍTICA ALGORÍTMICA, por Francisco José Gómez Díaz	120
9. EL FUTURO DE LOS EVENTOS: INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y HERRAMIENTAS INNOVADORAS EN LA TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR, por Jacobo Ruíz Gil de Canales y Marta Perlado Lamo de Espinosa . 134	
10. LA TRANSMEDIALIDAD PARA LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA DESDE EL AULA DE POSGRADO. PROYECTO: PODCAST MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN SOCIAL (MIS), por Jorge Sadi Durón	147
11. COMPAÑERISMO Y CIRCULACIÓN DE CONOCIMIENTOS DURANTE EL COVID-19: ESTUDIO DE CASO, por Luisa Alejandrina Pillacela Chin	160

12. LOGOS EN PUBLICACIONES TEXTUALES DE PEDRO SÁNCHEZ EN INSTAGRAM, por Dragana Djordjevic	171
13. LAS PREFERENCIAS DE LA VELOCIDAD DE REPRODUCCIÓN RÁPIDA (2X) EN LOS AUDIOVISUALES, por Melissa Gurdíán-Franceschi, Celia Andreu-Sánchez	192
14. ARTES VISUALES EN CONTEXTO DE PANDEMIA: ESTUDIO DE CASO CRONOLÓGICO Y COMUNICACIONAL, por Luisa Alejandrina Pillacela Chin	216
15. TRAZABILIDAD Y ETIQUETADO DE CONTENIDOS SINTÉTICOS: DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA A LAS <i>CONTENT CREDENTIALS</i> EN MEDIOS Y PUBLICIDAD (2010–2025), por Rafael Braza Delgado	234
16. ARGUMENTACIÓN EN LAS PUBLICACIONES DE PEDRO SÁNCHEZ EN <i>INSTAGRAM</i> , por Dragana Djordjevic	262
17. GENERACIÓN Z, PODCAST E INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA TRANSFORMACIÓN DEL ECOSISTEMA SONORO. EL FUTURO YA NO SE ESCUCHA EN LA RADIO, por Rafael Galán Arribas	285
18. EL RELATO CORPORATIVO DE LA SOSTENIBILIDAD: CLAVES REGULATORIAS Y NARRATIVAS EN TIEMPOS CAMBIANTES, por Elisa Regadera González y Pilar Marqués Martínez	296
19. FARMACEUTICOFERNANDEZ O CÓMO UTILIZAR LAS REDES SOCIALES PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN, por Celia Sancho Belinchón	314
20. FASHION, SOCIAL MEDIA AND CULTURAL NORMS: A QUALITATIVE ANALYSIS OF INSTAGRAM’S INFLUENCE IN IRAN AND THE HIJAB ISSUES, por Mona Nateghi y Carmen Cristofol Rodriguez	328
21. DEL FORMATO CONTENEDOR A LA FRAGMENTACIÓN DIGITAL, por David Vicente Torrico	340
22. PROCESAMIENTO VISUAL Y MOTIVACIÓN EN EL CONSUMO DIGITAL: UN MODELO INTEGRADOR DE ATENCIÓN, INVOLUCRAMIENTO E INTENCIÓN DE COMPRA, por Coral Cenizo	359
23. NEUROEDUCACIÓN Y FLAMENCO: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE ARTE, EMOCIÓN Y APRENDIZAJE, por Macarena Cortés-Vázquez ..	381

24. EL PODCAST CORPORATIVO COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN INCLUSIVA: ANÁLISIS DEL CASO GRUPO SOCIAL ONCE, por Raquel Crisóstomo Gálvez, Cayetano Espinosa Bueso, Pilar Dobón Roux y Alfonso Muerza Ferrer	393
25. EL VÍDEO COMO MEDIO TRANSFORMADOR DEL LENGUAJE: DE LA RUPTURA NARRATIVA EN LA IMAGEN EN MOVIMIENTO A LA CRÍTICA ALGORÍTMICA, por Francisco José Gómez Díaz	403
26. EL LENGUAJE VISUAL DE <i>MATADOR</i> (1995-2023): DISEÑO Y CONTENIDO EN UNA REVISTA DE CULTO, por Marta Rubio González, Laura González-Díez y María Tabuenca Bengoa	417
27. ADVERTISING IN THE STREAMING ERA: EVOLUTION, TRENDS AND BRAND STRATEGIES ON ON-DEMAND CONTENT PLATFORMS, por Santiago Mayorga-Escalada, Sergio Luque-Ortiz, David Alameda-García y Javier Casanoves-Boix, por	441
28. REVIEWING THE EVOLUTION OF SPAIN'S FMCG MARKET: BRAND TRENDS AND CONSUMER SHIFTS SURROUNDING THE COVID-19 PANDEMIC, por Javier Casanoves-Boix, David Alameda-García, Sergio Luque-Ortiz y Santiago Mayorga-Escalada	455
29. CIUDADANOS CRÍTICOS EN LA ERA DIGITAL: MULTIALFABETIZACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO, por Sara Mandiá Rubal, Maricela López Ornelas y Iván de Jesús Contreras Espinoza	469
30. HUELLA M Y LA DIMENSIÓN COMUNICACIONAL: TRANSPARENCIA Y CO-CREACIÓN EN MUSEOS HACIA LOS ODS, por Julio González-Liendo y Tatiana Fernández Llanes	482
31. COMUNICAR DESDE LOS MÁRGENES: ALFABETIZACIÓN DIGITAL CRÍTICA Y EMPODERAMIENTO RURAL, por Marushia Monroy-Vandersmissen y Magdalena Trillo-Domínguez	506
32. LAS SERIES DE TELEVISIÓN COMO RECURSO DIDÁCTICO EN LA FORMACIÓN DOCENTE, por Víctor Manuel Pérez-Martínez	528
33. INFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA SALUD Y EN PERSONAS MAYORES DE 74 AÑOS: APROXIMACIÓN TEÓRICA Y REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA, por Pablo Hidalgo-Cobo, Isleny Cruz-Carvajal y María Rocío Guede Cid	541
34. COMUNICAR EN TIEMPOS LÍQUIDOS: INNOVACIÓN DESDE LA SOSTENIBILIDAD EN EL TERCER SECTOR COMO TRANSFERENCIA UNIVERSITARIA, por Rocío Moreno Pineda y Magdalena Trillo-Domínguez	552

35. DE LAS REDACCIONES A TIK TOK: NUEVOS CÓDIGOS Y REFERENTES AUDIOVISUALES EN LA ERA DE LA PARTICIPACION DIGITAL COMO MEDIACIONES DIDÁCTICAS DE LA COMUNICACION PERIODÍSTICA-SOCIAL, por Pilar Yébenes y Hodei Ontoria	585
36. DE CHAIRET D'ACIER: LO REAL Y LO APARENTE DEL MITO NACIONAL EN EL DOCUMENTAL MARROQUÍ POSCOLONIAL, por Sara Temsamani ..	601
37. ANÁLISIS CRÍTICO DEL FENÓMENO DEL 'PAPARAZZISMO' EXTREMO DESDE UNA PERSPECTIVA PSICO-ÉTICA, por Santiago Burgoa Carbajal ...	608
38. BOOKTOKER: LA RECOMENDACIÓN DE LIBROS EN LAS REDES SOCIALES, por Gloria Gómez-Escalonilla, María Gladys Mathieu, David García-Marín y Jesús Ramé-López	618
39. ANÁLISIS DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA DESDE LA DIRECCIÓN DE LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS: OPORTUNIDADES DE EMPLEABILIDAD, por Fernando Peinado Miguel, Dolores Rodríguez Barba y Javier Sedano Rodríguez	631
40. LA IMPORTANCIA DE IDENTIFICAR EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS CONTENIDOS QUE CONSUMEN LOS JÓVENES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, por René Sánchez Meza ...	649
41. REESCRITURAS FAN Y MUNDOS POSIBLES. EL FANFICTION COMO ESPACIO DE REAPROPIACIÓN SUBVERSIVA DEL CANON DE HARRY POTTER, por Claudia Ferrando-Paulo	664
42. EL META-ESPECTADOR: ONTOLOGÍA, PRÓTESIS Y CUERPO EN EL USUARIO DE XR, por Tobías Palma Stade	675
43. EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN APLICACIONES DE NUTRICIÓN PARA OPTIMIZAR LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE JÓVENES UNIVERSITARIOS: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA, por Encarnación López-Martínez, Cristina González Díaz y Christian Fortanet van Assendelft de Coningh	688
44. LA DIMENSIÓN TRANSMEDIA DE LA CARICATURA POLÍTICA: EL CASO DE LAS VIÑETAS PERIODÍSTICAS DE PEPE FARRUQO EN TELEVISIÓN CANARIA, por Lucas Morales Domínguez	703
45. DISCOURSES AND VALUES OF TERRITORIAL BRANDING: AN ANALYSIS OF THEIR COMMUNICATION ON SOCIAL MEDIA, por David Alameda-García, Javier Casanoves-Boix, Santiago Mayorga-Escalada y Sergio Luque-Ortiz	714
46. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA COMUNICACIÓN DE LA MODA EN EL METAVERSO, por Eduardo Villena-Alarcón	731

47. EQUIDAD DE GÉNERO EN EL FASHION RETAIL INTERNACIONAL: NARRATIVAS INCLUSIVAS Y REPRESENTACIONES DE IDENTIDAD EN LA MODA CONTEMPORÁNEA, por María Salinas-Vázquez, Jonatán Camacho-Escobar y Juan Ferrando-Garrido	748
48. IMPACTO DEL FANDOM DE MARVEL STUDIOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO, por Yara Díaz Mora, José Ángel Garfías Frías y Roberto Alejandro López Novelo	770
49. COMPETENCIAS, CONTENIDOS Y METODOLOGÍAS DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DE DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA EN ESPAÑA, por Sara Padín Castro	782
50. CREACIÓN DE CONTENIDOS SONOROS TRANSMEDIA PARA LA DIVULGACIÓN DE LAS FINANZAS ÉTICAS. PERIODISMO Y APRENDIZAJE-SERVICIO, por Antonia Isabel Nogales-Bocio	797
51. EL DIÁLOGO ENTRE EL DISEÑO DE MODA Y LA COMUNICACIÓN: REVISIÓN DE LA FORMACIÓN EN MARKETING Y COMUNICACIÓN EN LOS GRADOS EN DISEÑO DE MODA EN ESPAÑA, por Gemma Barón-Dulce y Juan Ferrando Garrido	813
52. ESTUDIO DE CASO: LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA COMPLEMENTARIA EN UNA TESIS DOCTORAL DE HUMANIDADES, por Marta Méndez López de Bustamante	822
53. NARRATIVAS TRANSMEDIA Y DISCURSOS DE ODIO SOBRE MIGRACIÓN EN ESPAÑA: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL CASO ALCALÁ, por Nieves Santana Baute	834
54. EMILIA MERNES Y EL MP3 TOUR: COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y RESIGNIFICACIÓN DE LA ESTÉTICA Y2K, por Diego Delgado Santiago	843
55. LEGADO DEL PENSAMIENTO DE THOREAU EN LA OBRA AUDIOVISUAL DE PETER HUTTON Y JAMES BENNING, por Guillermo Aguirre	852
56. LAS EDADES DEL LUJO: UNA MIRADA INTERGENERACIONAL, por Adriana Villanueva Lozano y Aurora López López	867
57. VALIDACIÓN DE CONOCIMIENTO GENERADO POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN PROCESOS EDUCATIVOS DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD DE PAMPLONA, COLOMBIA, por Eliana Caterine Mojica Acevedo, Mauricio Rojas Contreras y Liliana Rojas Contreras	885

58. MUJERES EN EL CINE ECUATORIANO: PARTICIPACIÓN EN ROLES DE DECISIÓN Y TEMÁTICAS, por María Alejandra Pérez Quintana	894
59. DE LA ESCUCHA LINEAL AL CONSUMO BAJO DEMANDA: EL PÓDCAST EN EL ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS, por Ángela Ruiz Martínez y María del Carmen Salgado Santamaría	910
60. FENOMENOLOGÍA DE LA AUSENCIA EN LA POESÍA AUDIOVISUAL DE SJ. RAMIR, por Guillermo Aguirre	922
61. PROCESOS RELACIONALES Y ALFABETIZACIÓN EN IA: PROPUESTA DE UN MARCO INTERDISCIPLINARIO PARA LA EDUCACIÓN CON IA GENERATIVA, por Àlex Valverde Valencia	934
62. NARRATIVAS INMERSIVAS PARA CONCIENCIAR SOBRE TRASTORNOS NEURONALES: EL TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA, por Begoña Ivars-Nicolás	953
63. LA COMUNICACIÓN DE LA EMERGENCIA CLIMÁTICA A TRAVÉS DE LA METEOROLOGÍA: APROXIMACIÓN AL ESTADO DE LA CUESTIÓN Y DESAFÍOS FRENTE A LA DESINFORMACIÓN Y EL NEGACIONISMO, por Francisco J. Cerdà Bañón, Yolanda Cabrera García-Ochoa y Carmen Carretón Ballester	965

EL META-ESPECTADOR: ONTOLOGÍA, PRÓTESIS Y CUERPO EN EL USUARIO DE XR

Tobías Palma Stade

University of the Arts London (Reino Unido)

1. INTRODUCCIÓN

Las *mixed realities*, especialmente impulsadas por el vertiginoso desarrollo de la inteligencia artificial (IA), han materializado muchos de los escenarios que imaginábamos desde hace décadas, a los que hoy nos enfrentamos con optimismo, temor o una mezcla de ambos. Estamos asistiendo a la consolidación del *homo digitalis* y a la institucionalización de las tecnologías digitales como factores determinantes de su comportamiento y como configuradoras de los procesos y estructuras cognitivas con las que percibe y comprende el mundo (Montag & Diefenbach, 2018).

Este es el marco en el que actualmente se conciben y se imaginan las artes y las narrativas digitales. Tener conciencia de este contexto nos permite plantear interrogantes sobre el trabajo que desarrollan creadores y narradores, situando la creación en el centro de relaciones entre diversos actantes: algunos tradicionales —tecnologías, técnicas, interdisciplinariedad, plataformas de exhibición, artistas y audiencias— y otros propios de nuestro contexto actual —interactividad, virtualidad, digitalidad e IA—, así como la manera en que estos últimos afectan a los primeros.

Este ensayo propone y explora la noción de *meta-espectaduría* como una mirada ontológica que observa la evolución del espectador al incorporar la interactividad y la inmersión como condición para relacionarse con las obras artísticas, intentando comprender y describir esta ontología en su dependencia de la tecnología digital para consumir, crear y participar de contenidos. La definición del *meta-espectador* surge de la necesidad de entender el papel de consumidores y espectadores convencionales en las nuevas dinámicas de producción cultural en un contexto digital, observando en particular las disputas de poder en el ámbito narrativo, donde la narración inmersiva y la interactividad han alterado la relación vertical y unidireccional entre narradores y espectadores.

Para ilustrar esta propuesta, este ensayo analiza la configuración del *meta-espectador* en relación con los medios XR. Además, esta red de dependencias —*meta-espectador*, objeto umbral (*threshold objects*), contenido— podría, hipotéticamente, traducirse a otras redes basadas en relaciones similares, que abarcan un amplio espectro de medios contemporáneos.

2. DEFINIENDO EL META-ESPECTADOR

Situar la interactividad digital y las narrativas XR en el debate poshumanista resulta inevitable, ya que estamos observando cómo ciertos aspectos de la condición humana están siendo reformulados en el contexto de la digitalidad —tanto por las tecnologías digitales como por, más recientemente, las economías digitales—, tales como las formas de producir y contar historias, y la producción cultural en general. Narrar es, posiblemente, uno de los atributos que definen la humanidad, nuestro verdadero pecado original: Un paso evolutivo hacia una revolución cognitiva y la capacidad de imaginar (Vera-Meiggs, 2010). Esta capacidad permite a los seres humanos vivir no solo en una realidad física, sino también en una realidad simbólica, compuesta por lenguaje, mito, arte, religión (Cassirer, 1948; en Sartori, 2000), que forman parte de ese entramado único de la experiencia humana. Nuestra capacidad de abstracción nos ha llevado a dar sentido a cosas, personas y acontecimientos sin presenciarlos, a conformar narrativas colectivas que generan un sentido de pertenencia e identidad (Vera-Meiggs, 2013).

Las historias y los medios para contarlas están integrados en la arquitectura de nuestra cognición. Si, como afirmó célebremente Marshall McLuhan, el medio es el mensaje (“*the medium is the message*”, 1967), entonces los medios —las tecnologías— a través de los cuales se cuentan las historias también forman parte del diseño de nuestra comprensión narrativa del cosmos. McLuhan, como muchos autores posteriores —entre ellos Lev Manovich, Paul Levinson, Byung-Chul Han, entre otros— defendió la idea de que la tecnología nos moldea más allá de la forma en que contamos historias, afectando asimismo nuestras estructuras cognitivas y la manera en que nos comunicamos entre nosotros y con el mundo. Esto debe entenderse como un proceso dinámico y simbiótico, en el que ideas, procesos, comportamientos y tecnologías se moldean y remodelan de manera interconectada. Afirmar que la tecnología remodela la cognición humana sería una forma demasiado simplista de entender la era digital, como si se tratara de una cualidad exclusiva de estos tiempos. Más bien, la revolución cognitiva digital podría definirse por la combinación de una tecnología en rápido desarrollo, una rápida adaptación a sus usos y la forma en que las abstracciones son presentadas, representadas y cómo se acceden. Estos factores determinan la economía digital a través de la cual las audiencias producen, consumen y, en general, se comportan frente al *contenido*, nombre actual para la producción cultural. “La era de los medios multiplataforma se define por el comportamiento de la audiencia” (Bernardo, en Gambarato & Nani, 2016:170) y, como tal, el consumo digital está determinado por la *participation culture*, en la que los individuos participan en la producción y distribución de contenidos y de tecnologías.

La discusión sobre qué significa espectral y qué es el espectador lleva ya tiempo siendo abordada en distintas disciplinas, quizás más notablemente en el teatro, por practicantes que han desarrollado y producido teatro participativo o inmersivo (o diversas estrategias performáticas interactivas, quizás antiguas como el teatro mismo) y por teóricos como Rancière y su conocido *espectador emancipado* (2008), que ha inspirado sustancialmente esta hipótesis. Aunque la noción de participación está lejos de ser nueva – sea en los estudios de medios como lo propuesto por Jenkins, o en teatro o cualquier otra disciplina

performativa – y la pasividad del espectador ha sido abierta y correctamente discutida, la definición de meta-espectaduría propuesta en este ensayo se funda no solo en la relación entre seres humanos y las artes, pero también en cómo la tecnología media – o facilita – esta relación.

Sobre el impacto directo de la tecnología digital, el académico italiano Mario Tirino recientemente propuso la noción de *post-espectaduría*, con la que específicamente reflexiona sobre la evolución del espectador de cine. Para Tirino, el post-espectador es “la construcción de la identidad espectral online” (2020a:19) en conflicto con la “forma privilegiada de la experiencia fílmica de la era clásica, articulada alrededor de entramados de factores corporales, tecnológicos, sociales y culturales.” (2020b, ambas traducciones por mí) Para Tirino, la post-espectaduría es estrictamente sobre el cine y las transformaciones sufridas por individuos y comunidades en su relación con las películas, no solo en términos de vinculación, pero también en cómo esto afecta la construcción de un imaginario colectivo, que estaría siendo reemplazado por un *post-imaginario* fragmentado y deflagrado, dando espacio al surgimiento de contra-imaginarios e imaginarios de nicho. Tirino reconoce que la post-espectaduría supone una ruptura de los límites entre las esferas pública y privada. Esto puede ser extendido hacia la desaparición del espacio y la otredad en lo digital y lo virtual, como le describe también Han. Por otro lado, Tirino postula el uso de *mediashock* como una terminología para referirse al impacto de la digitalidad en los usos culturales de los medios digitales. Identifica dos reacciones a este mediashock: La “apocalíptica”, que ve la ruptura, y la “integrada”, que en cambio ve una continuidad en los mecanismos con los que las audiencias y espectadores se relacionan con el cine. Tirino propone también una tercera vía, una *continuità nella rottura*, por la cual el cine como forma cultural ha sido absorbido y relanzado las transformaciones en torno a las condiciones del medio.

Esta noción de post-espectaduría refleja múltiples dimensiones del actual estado de la relación entre el sujeto/audiencias y el objeto del cine como un mediashock que no solo incorpora elementos tecnológicos, mediales, identitarios e imaginarios, pero que sucede a razón de esta convergencia. (Castellano, 2020) Sin embargo, mientras estas definiciones identifican y critican las transformaciones en la identidad del espectador, lo describen como una entidad que continúa espectando y, “como todo lo que es post (postmoderno, post-cine, post-media), mantiene y no supera aquello que era antes (la modernidad, el cine, los medios).” (Brodesco, 2020:210, traducción mía) En consecuencia, el post-espectador de Tirino, incluso en su crisis – o quizás precisamente por su capacidad de adaptarse y resignificarse en la rotura – continúa espectando dentro de las nuevas condiciones de la digitalidad.

El prefijo griego “meta”, en cambio, se refiere a 1) un autorreconocimiento, o algo que se refiere a sí mismo, 2) algo que involucra un cambio y 3) algo que trasciende sus límites normales (Diccionario de Cambridge). Todas estas características son correspondidas a la definición propuesta aquí. Mientras el post-espectador se define principalmente por la relación entre el sujeto y el medio (el cine) a través de la mediación de la digitalidad, el meta-espectador estaría definido por su relación directa con la tecnología digital, y

en términos de cómo esta simbiosis redefine al sujeto mismo: La remodelación de su identidad, habilidades, hábitos, cuerpo y cognición.

Existe un doble proceso en esta reconfiguración cognitiva: Por un lado, como describe Han, los usuarios digitales inyectan representaciones de sus identidades en lo que él denomina el enjambre digital ("*digital swarm*", 2013), convirtiéndose voluntariamente en avatares altamente curados e descorporizados. Por otro lado, esta inyección en el enjambre se complementa con lo que Lev Manovich llama la externalización de la mente, vinculada a la "demanda de la sociedad de masas moderna por estandarización [...] la objetivación de procesos mentales internos y privados, y su equiparación con formas visuales externas que puedan manipularse, producirse en masa y estandarizarse por sí mismas" (2006:205). Manovich y Han observan procesos similares en direcciones opuestas, retroalimentándose en un bucle: la inyección digital genera una cognición parametrizada que toma elementos del pensamiento computacional y se traduce en gramáticas y semióticas. No solo diseñamos máquinas para que piensen como nosotros, sino que también adaptamos nuestro pensamiento y comportamiento para emular al de las computadoras.

La reconfiguración cognitiva se produce a través de comportamientos culturales. La economía digital posglobalización ha facilitado la estandarización de sistemas de comunicación que nos permiten comunicarnos pese a las especificidades culturales e idiomáticas. Independientemente del origen y la lengua, el uso de dispositivos computacionales e interfaces está estandarizado en todo el mundo. El remodelado espectador poshumano surge del desarrollo y uso de la tecnología. Esto es cierto para todas las formas de cognición, independientemente de la época y el lugar, dado que *all media are extensions of some human faculty – psychic or physical* (McLuhan & Fiore, 1967:26), y adquiere relevancia en el contexto de tecnologías mediáticas que operan principalmente como extensiones psíquicas. Manovich sostiene que este tipo de mentalidad centrada en la tecnología puede observarse con mayor claridad desde la Revolución Industrial, con el desarrollo de una especie de cognición mecánica —un *homo mechanicus*. Antes que él, McLuhan acuñó el término *homo electronicus*, al describir cómo la sociedad occidental del siglo XX pasó de una cosmovisión mecánica a una electrónica. El politólogo italiano Giovanni Sartori utilizó el término *homo videns* (2000) para referirse al papel de la televisión y los *mass media* en la política y la participación social. Hoy asistimos a la transición del espectador recostado (*leaned-back*) hacia un *homo digitalis* inclinado hacia adelante (*leaned-forward*). Estamos pasando de lectores a participantes (Jenkins, Ito & boyd, 2016).

3. LA CRISIS DE LA CONTEMPLACIÓN

Jacques Rancière, aunque refiriéndose específicamente al teatro como medio, señala que la separación permite al espectador contemplar el espectáculo y que, en oposición,

“lo que los seres humanos contemplan en el espectáculo es la actividad que les ha sido arrebatada” (2008:7). El académico mexicano César Cansino actualizó la crítica política de Sartori al *homo videns* con la figura del *homo twitter*, una entidad política activa, *leaned-forward* y altamente participativa, “un pájaro que se cree humano” (2018:12), que solo existe cuando tuitea —es decir, cuando interactúa. Más que describir una evolución lineal, estas entidades ontológicas corresponden al ser en su relación con un sistema caracterizado por sus propias dinámicas de poder. Como sus predecesores, el meta-espectador se define dentro de un sistema de dinámicas de poder narrativas, culturales y digitales.

En el estado actual de esta red, hemos perdido la capacidad de *demorarnos* en las cosas (Han, 2014), de contemplarlas. En efecto, la interactividad y la inmersividad socavan la capacidad de demorarse, de detenerse. La interactividad depende de que el espectador participe en la obra de arte y/o la narrativa, que no existe sin su aportación y participación, abandonando así su identidad como espectador. La inmersión, por su parte, elimina la distancia entre el espectador y el objeto, convirtiéndolo en un aspecto de sí mismo. ¿Cómo sería posible contemplar un objeto en ausencia de distancia? La contemplación se sustituye por el compromiso activo. Janet Murray describe los dispositivos digitales como objetos umbrales (*threshold objects*) que facilitan el acceso al dominio abstracto digital (2005). Una vez que el espectador (del latín *spectare*, observar) cruza estos umbrales, ya no puede esperar; se convierte en un ser distinto, cuya identidad se define por una agencia recién adquirida.

Han ha denunciado una obnubilación producida por la fascinación por la digitalidad, que nos estaría cegando ante sus efectos y consecuencias (2013). Tal fascinación puede traducirse en la dependencia de dispositivos digitales o, en otras palabras: “la fascinación por el cyborg y la prótesis ha conducido al despliegue del cuerpo incapacitado y, en consecuencia, a un nuevo entendimiento poshumano de la discapacidad” (Smith & Morra, 2006:2, traducción mía). En una comprensión más mcluhaniana de las prótesis, estas no son solo sustituciones de nuestro cuerpo, sino también extensiones y mejoras, y dispositivos digitales como nuestros teléfonos móviles se habrían convertido en prótesis de nuestra cognición, facilitando, mejorando o sustituyendo varios de nuestros atributos y actividades. Bajo el concepto de Hubert Damisch de la consola teórica (*theoretical console*), “una herramienta de estatus social e histórico, que no se define por sus propiedades físicas, sino por los modos y contextos de uso” (en Szita, 2017:115), incluso las prótesis no invasivas pueden tener efectos significativos en la configuración de nuestra cognición, generando relaciones de dependencia con el dispositivo. Para las narrativas XR, tales dispositivos son la tecnología mínima necesaria para participar e interactuar como meta-espectador. Los *objetos umbrales* se convierten entonces en guardianes, bloqueando el acceso a quienes no los utilizan y reclasificándolos como discapacitados digitales. La digitalidad se torna así exclusiva; la discapacidad protésica se convierte en la incapacidad de evolucionar. La prótesis separa al *homo digitalis* del *homo sapiens*, y a quienes espectan de quienes participan.

La *Realidad Virtual* sigue siendo el ejemplo más claro —aunque lejos de ser el único— de cómo los dispositivos digitales facilitan las condiciones para la *meta-espectaduría*. El término *objetos umbral*, acuñado por Janet Murray (2005), describe cómo los visores de VR funcionan como dispositivos que otorgan un acceso en cierto modo exclusivo a un entorno inmersivo donde la contemplación es desincentivada y la participación obligatoria, incluso en el nivel más superficial. A diferencia del *homo electronicus* y el *homo videns*, situados en el contexto de los medios de masas y de experiencias narrativas más colectivas, el meta-espectador se encuentra aislado y hace de su experiencia algo íntimo. Además, la interactividad permite que la experiencia se personalice. Para el meta-espectador, el contenido solo existe como una extensión de sí mismo, ya sea mediante una acción voluntaria, activada por la tecnología, o ambas.

4. DISOLVER EL CUERPO

McLuhan también postuló que “el usuario es el contenido” (McLuhan & Nevitt, 1972:231) para describir una descorporización en una suerte de extensión electrónica del usuario: “La persona que habla por teléfono o por radio o en televisión crea y se convierte en contenido descorporizado para el medio” (Levinson, 1999:39). El usuario/contenido de McLuhan no es todavía un yo descorporizado —al menos no en la medida en que lo es hoy—, sino más bien una proyección transformada en su versión electrónica y mediada, considerando que, en términos generales, la imagen electrónica corresponde a la persona real: La voz en el teléfono corresponde a la persona con la que esperamos hablar, la imagen en la televisión corresponde a la que existe en la vida real, salvo en casos de ejercicios teatrales, simulaciones y ficciones. Todavía existe una distancia entre el usuario y su proyección/contenido. El usuario puede demorarse en su propia proyección y ser espectador de sí mismo. No será hasta inicios de este siglo que la descorporización encontrará su máxima expresión hasta la fecha, apenas unos años después de que Levinson intuyera que la llegada de Internet 2.0 y el auge del *produsage* facilitarían que esta descorporización alcanzara “su expresión más plena... el ser humano como maestro activo de los medios” (Ibid:40).

La Realidad Virtual se define por una relación protésica entre el usuario y el medio que le permite desdoblarse en el contenido, borrando la distancia entre el sujeto y el objeto. Si bien los usuarios no se convierten habitualmente en el contenido descorporeizado que McLuhan describió, sus cuerpos amalgamados se transforman en el dispositivo a través del cual se activa el contenido. Este no puede existir sin un usuario que lo mantenga en funcionamiento mediante un bucle bidireccional. Mientras que una película puede proyectarse sin audiencia, las narrativas interactivas se detienen en ausencia de interacción. Esta participación es facilitada por un dispositivo digital acoplado al usuario, un objeto que se convierte en una extensión mcluhaniana del yo hacia el entorno virtual. En esta relación, tanto la narrativa como el espectador/usuario sólo existen en dependencia mutua y en dependencia de un objeto umbral. Este tipo de

espectatorialidad elimina la contemplación pasiva y la demora, produciendo un usuario *foucaultiano*, un espectador-dispositivo cuyas capacidades de participación se ven potenciadas y cuya agencia redefine las relaciones de poder en la narrativa, desafiando la jerarquía del narrador mientras se somete a sí mismo a la hipervigilancia. El cuerpo del usuario se convierte en un objeto inestable cuyos límites pueden ser manipulados y redefinidos por el mismo aumento tecnológico que le otorga esas nuevas capacidades (Brodesco & Giordano, 2017). Esta codependencia tecnológica define al meta-espectador como aquel que sólo puede existir gracias a sus prótesis digitales. El meta-espectador recibe la agencia para crear, manipular y desafiar la generación de contenido, pero al costo de volver su cuerpo indefinido, intercambiable y manipulable.

El meta-espectador redefine, redescubre y reaprende los límites de su cuerpo a través de dispositivos digitales intercambiables y contenidos inmersivos e interactivos. Cognitivamente, esta descorporización podría traducirse en una persistente redefinición de la identidad: “El sujeto posthumano es una amalgama, una colección de componentes heterogéneos, una entidad material-informacional cuyos límites están en continua construcción y reconstrucción” (Hayle, en Smith y Morra:7), noción asimismo construida sobre ideas de Donna Haraway en *Las Promesas de los Monstruos* (2004), de que la naturaleza no es un objeto dado, sino más bien una zona franca abierta a negociaciones donde tiene lugar su construcción. (Neicu, 2012:44-45) Constituyéndose como una entidad amalgamada, el meta-espectador se construye y negocia a través de su relación protésica con la tecnología, en la que cuerpo y objeto son extensiones del otro, facilitando así una co-dependencia que permite co-pensamientos y co-percepciones, en lo que Elizabeth Grosz llama la metamorfosis mutua, que transforma tanto al cuerpo como al objeto (2005), y por la cual la prótesis puede “actualizar virtualidades que el cuerpo por sí solo no podría acceder o comprender.” (p.148)

En el caso del meta-espectador, esta metamorfosis no sólo es el resultado de las prótesis intercambiables, sino causada principalmente por el desplazamiento sensorial en entornos virtuales, cuando los sentidos se dividen entre el Entorno Virtual Inmersivo (EVI) y el mundo real. Murray señala que estos mismos dispositivos hacen explícito el mundo real — “[e]l EVI puede producirse cubriéndonos los ojos y acoplando sensores, pero no elimina la sensación física de llevar un visor ni de manejar controles” (2020:13-14)— lo que refuerza la noción de los objetos umbral como acceso al EVI y, a la vez, ancla al mundo real. Sin embargo, a medida que se produce la virtualización, la mente también la permite, dado que “el observador humano interpreta un patrón de impresión sensorial como si fuera una extensión objetiva en un entorno distinto de aquel en el que existe físicamente” (Elis, en Sánchez-Vivas & Slater, 2005:332), aun siendo consciente de su naturaleza virtual.

A pesar del desarrollo de dispositivos hápticos y sensoriales más avanzados que permiten una inmersión más profunda, “no es difícil hoy distinguir entre lo real y lo virtual, y no será más difícil en el futuro porque no es así como evoluciona un medio tecnológico” (Murray, 2020:24). El meta-espectador debe incorporar disociaciones

cognitivas explícitas e información manipulada sobre su propio cuerpo —incluyendo limitaciones, mejoras y operaciones—, que están en disonancia con los recuerdos previos del mundo real y del cuerpo real. La arquitectura mental requerida para navegar un entorno inmersivo estará siempre, en algún grado, en conflicto con la información sensorial del cuerpo. Murray, sin embargo, es muy cauta al respecto y argumenta que la mayoría de las percepciones sobre el propio cuerpo generadas por los EVI son ilusiones frágiles y momentáneas. No obstante, una vez inmersos, nuestras mentes reaccionan instintivamente ante ciertos estímulos: Si en un EVI “ves un precipicio profundo frente a ti, tu corazón se acelera y sientes suficiente miedo como para dudar en acercarte al borde. Desde un punto de vista cognitivo, sabes que no hay nada allí, pero, consciente e inconscientemente, respondes como si lo hubiera. En esta paradoja está en la raíz del concepto de *presencia*” (Sánchez-Vivas & Slater:332). Esto permite entender la *presencia* como una suspensión de la incredulidad intensificada (*enhanced suspension of disbelief*), en la que el usuario acepta conscientemente no sólo la narrativa entregada por el medio, sino también estar inmerso en la diégesis.

Este nuevo contrato entre usuario y medio establece las condiciones bajo las cuales el meta-espectador se define como entidad social, narrativa y comunicativa. La noción de presencia cobra relevancia significativa dentro de este contrato de *suspensión-de-incredulidad-intensificada*, pues es allí donde el meta-espectar se aprende y desarrolla. La noción de presencia como “la sensación de estar en un EV (Entorno Virtual) en vez del lugar en el que el cuerpo del participante está realmente ubicado” (Sánchez-Vivas & Slater:333) es la manifestación de un contrato en el que el usuario acepta que la estabilidad de su percepción corporal se ve comprometida en favor de la inmersión. Hemos visto, en general, que los usuarios pueden adaptarse a esta disonancia cognitiva con bastante eficacia. La mayoría parece capaz de “dar sentido a la situación en la que se encuentran como parte de las actividades rutinarias en las que están involucrados” (Passmore et al., 2018:2), internalizando y racionalizando también su propia descorporización y la incorporación de una nueva y extraña forma digital (Sánchez-Vivas & Slater:337).

En muchos casos —particularmente en el cine VR (*Cinematic VR*)— la descorporización no necesariamente es seguida por la corporización de una persona digital, de modo que el observador se convierte simplemente en una perspectiva sin cuerpo dentro de un EVI. Autores como Nicolae (2018), Williams, Love & Love (2021) y Palma Stade, Schofield & Moore (2023) han intentado caracterizar la presencia narrativa del usuario en CVR, identificando diferentes grados de corporización y agencia, actualizando convenciones narrativas sobre el uso de perspectiva provenientes de la literatura y el cine. Sin embargo, este corpus se ha centrado principalmente en proponer convenciones creativas para CVR y VR. Aunque no se centre por completo en ello, la investigación práctica ha conducido a debates ontológicos sobre corporización y descorporización. Por un lado, parece que “la falta de corporización hace que algunos usuarios intenten racionalizar su propio tamaño ante la visualización de primeros planos, lo que conduce a una variedad de percepciones diferentes. Este efecto no se observó cuando los espectadores vieron una versión [del mismo vídeo] en una pantalla plana”

(Passmore et al.:6). Por otro, no parece generar una mayor brecha en el proceso de internalización del rol del usuario en el EVI, siempre que sus acciones y posibilidades —su agencia, lo que su cuerpo es capaz de hacer— faciliten la presencia. La presencia sólo puede entenderse como una acción exitosa en el entorno, bajo la noción de que “la realidad se forma a través de las acciones, más que a través de filtros mentales, y que (...) la realidad de la experiencia se define en relación con la funcionalidad, más que con las apariencias” (Sanchez-Vivas & Slater:333). Esta visión es consistente con la noción de *calidad de interacción* de Chris Crawford (2005), según la cual las decisiones son relevantes en la medida en que contribuyen a alimentar el bucle interactivo entre el usuario y el sistema.

5. CONCLUSIONES PRELIMINARES Y PREGUNTAS ABIERTAS

Estas reflexiones pretenden profundizar en la comprensión de cómo la interactividad y la inmersividad afectan la relación entre narradores y su audiencia y, en última instancia, entre los espectadores y las propias narraciones. Como creador e investigador, considero esencial interrogar no solo el contexto y las condiciones en las que se desarrolla nuestra práctica, sino también los efectos de nuestro trabajo en el ecosistema mediático, tanto en términos prácticos como filosóficos.

El meta-espectador, como un ser del poshumanismo, se define exclusivamente en relación con la tecnología digital. Más aún, se ha convertido en meta-espectador debido a su relación prostética con los dispositivos digitales, sin la cual la participación en la narrativa digital —interactiva, inmersiva o ambas— no sería posible y, por tanto, el meta-espectador no podría existir.

Si bien la relación prostética tiene sin duda efectos sobre el cuerpo, también parece intervenir en la cognición del meta-espectador de maneras que aún estamos observando. En general, responden a través de un proceso doble. Primero, la inyección de una identidad en un sistema digital, tal como describe Han, en la cual el meta-espectador inserta voluntariamente su identidad en un EVI y acepta remodelarla según las condiciones y requisitos propuestos por el sistema. Esto conduce al segundo proceso, una estandarización de los procedimientos comunicativos para ajustarse a las exigencias computacionales, como describe Manovich.

En cuanto a su comportamiento, el meta-espectador se separa ontológicamente del espectador porque ha dejado de especular; no se detiene a contemplar. Esto es también una condición impuesta por la tecnología, que por diseño requiere la participación del usuario. Los dispositivos digitales otorgan agencia, que necesita ejercerse para justificarse. Estos dispositivos facilitan la interactividad y, en el caso de las XR, la inmersividad, operando como objetos-umbral y afectando la relación del meta-espectador con el espacio.

La interactividad y la inmersividad, como propiedades que han generado la necesidad de categorizar al meta-espectador, conllevan a una *paradoja de la distancia*: Generan

la ilusión de acortar el espacio entre usuarios y narrativas, cuando en la digitalidad la distancia no existe. Más bien, se define por la ausencia de distancia y, por tanto, la imposibilidad de la intimidad (Han, 2014). Esto está estrechamente relacionado con la incapacidad de espiar. *Spectare*, como acción, requiere una distancia entre el sujeto y el objeto. La eliminación de esta distancia conduce a una sensación de proximidad meramente ilusoria. La imagen inmersiva podría llegar a convertirse en un espejo de Narciso, dado que es el usuario quien, en última instancia, sigue curando la narración con su nuevo papel de narrador.

De esta paradoja de la distancia surgen preguntas relevantes. En particular, en VR, los usuarios pueden sumergirse en el espacio íntimo de otra persona y encarnarse en un punto de vista distinto, lo que ha impulsado la conocida noción de Chris Milk de que la VR es la “*ultimate empathy machine*” (2015). Sin embargo, aunque la VR potencia como ningún otro medio hasta la fecha la sensación de presencia, la ausencia de distancia con respecto al sujeto encarnado socava el reconocimiento de este como *otro*. Existe, por tanto, un espacio teórico para debatir la relación entre presencia y otredad en los medios inmersivos. Desde una esfera teórica más crítica, los mejoramientos humanos a través de tecnologías GRIN (genética, robótica, tecnologías de la información, nanotecnologías) abren la puerta para producir cambios a un nivel ontológico, “suavizando los preceptos sociales de la normalidad y así cambiando las relaciones de poder que determinan la *otredad*.” (Neicu, 2012:43) En otras palabras, ¿cómo afecta la ausencia de distancia a la capacidad del meta-espectador para reconocer la otredad?

Finalmente, como se ha mencionado, la relación prostética afecta al cuerpo del meta-espectador. Lo disuelve en la tecnología, tanto por la dependencia para acceder a narrativas digitales como por la inmersión en EVIs u otros tipos de realidades extendidas. El cuerpo se convierte en una amalgama que es, en sí misma, un dispositivo dentro de un sistema narrativo digital más amplio.

Una propuesta adicional sobre el papel del meta-espectador en este sistema consiste en analizarlo bajo la noción foucaultiana de *dispositif*, en la cual la unidad —en este caso, el meta-espectador— adquiere sentido o se activa únicamente en dependencia de su relación con los medios y accesos al contenido (Callewaert, 2017). De manera similar, el contenido también opera como una unidad que solo es accesible mediante la activación del *dispositif*: el contenido interactivo únicamente se conforma cuando se relaciona con el espectador. Está diseñado para ser incompleto y moldearse a través de diversas formas de interacción. Incluso las narraciones clasificadas en los niveles más superficiales de interacción (Ryan, 2011) dependen de los usuarios para activarse y definirse a partir de esa relación. Así, el *dispositif* solo existe en relación con la tecnología que le otorga acceso al contenido, el cual, a su vez, también es moldeado por el *dispositif*. Esta noción del meta-espectador como *dispositif* supone un estudio más amplio y complejo, ya que empieza a analizar al meta-espectador como parte de un sistema en el que las relaciones de poder y las dependencias, así como los efectos sobre el cuerpo, ofrecen un abanico de preguntas y posibilidades, un tema que se propone explorar con mayor profundidad en investigaciones futuras.

Este artículo pretende proponer una categoría crítica solo con el propósito de estudiarla más a fondo. La noción de meta-espectador emerge de preocupaciones más prácticas que de un enfoque puramente teórico. Como creador, hay muchas preguntas que surgen de las personas que acceden y usan las tecnologías y los contenidos que producimos. Aunque el meta-espectador se sitúa dentro del poshumanismo, el propósito principal de este enfoque crítico es recordar la humanidad intrínseca de nuestro trabajo y que debemos sentir curiosidad por cómo nos comportamos y evolucionamos, no a pesar de la tecnología, sino con ella.

NOTAS DEL AUTOR

Este artículo fue originalmente escrito en inglés y traducido al castellano por el autor con el propósito de esta publicación. Esto incluye la traducción de todas las citas y referencias. Por ello, hay matices y sutilezas de ambos idiomas que, a pesar del mejor de los esfuerzos, podrían no ser captadas del todo. La versión original en inglés está disponible a través de contacto con el autor.

BIBLIOGRAFÍA

Brodesco, A. & Giordano, F. (2017) The Body Within: The Human body in contemporary media. En Brodesco & Giordano (eds.) *Body Images in the Post-cinematic Scenario*. Mimesis International. pp.9-17.

Brodesco, A. (2020) Ancora spettatori. Review of *Postspettatorialità, L'esperienza del cinema nell'era digitale*, by Mario Tirino. *Cinergie – Il cinema e le altre arti*. N.18 (2020). ISSN 2280-9481. <https://doi.org/10.6092/issn.2280-9481/11901>

Callewaert, S. (2017) Foucault's Concept of Dispositif. *Praktiske Grunde. Nordisk tidsskrift for kultur- og samfundsvidenskab*, nr. 1-2, 2017, 29-52 ISSN 1902-2271

Cansino, C.; Calles Santillana, J. & Echeverría, M. (2018) *Del Homo Videns al Homo Twitter: Democracia y Redes Sociales*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.

Crawford, C. (2005) *On interactive storytelling*. New Riders Games. New Riders. Berkeley, CA.

Gambarato, R.R. & Nani, A. (2016) Ethical Issues in The Truth About Marika. En Maras, S. (Ed.) *Ethics in Screenwriting: New Perspectives*. London: Palmgrave. pp.161-175

Grosz, E. (2005) Prosthetic Objects. In *Time Travels: Feminism, Nature, Power*. Durham, NC: Duke University Press, pp. 145–154

Han, B-C. (2010) *The Burnout Society*. Stanford Briefs.

Han, B-C. (2013) *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Han, B-C. (2014) *La Agonía del Eros*. Barcelona: Herder.

Haraway, D. (2004) The Promises of Monsters: A Regenerative Politics for Inappropriate/d Others. En *The Haraway reader*. Routledge, New York. pp.63-124

Jenkins, H., Ito, M. & boyd, d. (2016) *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Polity Press. Cambridge, UK.

Levinson, P. (1999) *Digital McLuhan; A guide to the information millennium*. Routledge.

Manovich, L. (2006) Visual Technologies as Cognitive Prostheses: A short history of the externalization of the mind. En Smith, M. & Morra, J. (Eds.) *The Prosthetic Impulse: From a Posthuman Present to a Biocultural Future*. MIT Press. pp.203-219

McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967) *The Medium is the Massage*. London: Penguin Books

McLuhan, M. & Nevitt, B. (1972) *Take Today: The Executive as Dropout*. Harcourt Brace Jovanovich.

Milk, C. (2015) *How virtual reality can create the ultimate empathy machine*. TED2015. https://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine (Last visited: 24th July 2025)

Montag, C. & Diefenbach, S. (2018) Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital Society. *Sustainability* 2018, 10, 415; doi:10.3390/su10020415

Murray, J.H. (2005). Did It Make You Cry? Creating Dramatic Agency in Immersive Environments. En Subsol, G. (ed.) *Virtual Storytelling. Using Virtual Reality Technologies for Storytelling*. ICVS 2005. Lecture Notes in Computer Science, vol 3805. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/11590361_10

Murray, J.H. (2020) Virtual/Reality: How to tell the difference. *Journal of Visual Culture* 19:1. pp.11-27. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470412920906253>

Neicu, M. (2012) Prosthetics Imagery: Negotiating the Identity of Enhanced Bodies. *Platform*, Vol. 6, No. 2, Representing the Human, Summer 2012

Nicolae, D.F. (2018) Spectator perspectives in virtual reality cinematography: the witness, the hero and the impersonator. *Ekphrasis. Images, Cinema, Theory, Media* 2, 168–180 (2018). DOI: <https://doi.org/10.24193/ekphrasis.20.10>

Palma Stade, T., Schofield, G. & Moore, G. (2023). Narrative Perspectives and Embodiment in Cinematic Virtual Reality. En De Paolis, L.T., Arpaia, P., Sacco, M. (eds) *Extended Reality*. XR Salento 2023. Lecture Notes in Computer Science, vol 14218. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43401-3_16

Passmore, P.; Glancy, M.; Philpot, A. & Fields, B. (2017) 360 Cinematic Literacy: A case study. *International Broadcasting Convention* 2017, 14-18 Sept. Amsterdam.

- Rancière, J. (2008) *The Emancipated Spectator*. Verso. London-New York.
- Ryan, M-L. (2011) The Interactive Onion: Layers of User Participation in Digital Narrative Texts. En Page, R. & Thomas, B. (eds) *New Narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age*. University of Nebraska.
- Sánchez-Vives, M. & Slater, M. (2005) From Presence to consciousness through virtual reality. *Nat Rev Neurosci*6. pp.332–339.
- Sartori, G. (2000) *Homo Videns: Television e post-pensiero*. Economica Laterza, Roma-Bari.
- Smith, M. & Morra, J. (2006) Introduction to *The Prosthetic Impulse*. MIT Press. pp.1-14.
- Szita, K. (2017) Haptic Cinema. En Brodesco, A. & Giordano, F. (Eds.) *Body Images in the Post-cinematic Scenario: The Digitization of Bodies*. Giordano. Mimesis International.
- Tirino, M. (2020a) *Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale*, Meltemi, Milano 2020.
- Tirino, M. (2020b) Postspettatorialità e Cinema: intervista a Mario Tirino. Interviewed by Alessandra Corbetta. *Gli Stati Generali*. 10th December. Available at: <https://www.gli-statigenerali.com/cultura/cinema/postspettatorialita-e-cinema-intervista-a-mario-tirino/> (Last accessed: 8th August 2025)
- Vera-Meiggs, D. (2010) *La Caverna Audiovisual, o las razones del cine*. Editorial Universitaria. Santiago de Chile.
- Vera-Meiggs, D. (2013) *La verdad imaginaria: Los mitos van al cine*. Editorial Universitaria. Santiago de Chile.
- Williams, E.; Love, M. & Love, C. (2021) *Virtual Reality Cinema: Narrative Tips & Techniques*. Focal Press, Routledge, Oxon, England.