

El futuro es inaprehensible: usos sociales de las pantallas electrónicas y los límites de la prospección técnica y cultural

Diego Levis¹

Resumen

Ninguna innovación tecnológica se puede separar del contexto en el que se desarrolla. Los usos y las formas de apropiación de las tecnologías son resultado de procesos sociales y culturales complejos. Uno de los principales rasgos de la sociedad contemporánea es la presencia ubicua y la multiplicación de pantallas electrónicas. No importa donde nos encontremos, en toda situación y momento encontremos una pantalla mediando entre nosotros y el mundo. Asimismo la miniaturización de los dispositivos digitales y el desarrollo de redes inalámbricas de alta capacidad profundizan el proceso de deslocalización de las actividades cotidianas dando lugar a un nuevo *neonomadismo* digital.

Palabras – llave: Pantallas electrónicas – Neomadismo Digital – Comunicación y Tecnología

Resumo

Nenhuma inovação tecnológica pode ser separada do contexto onde se desenvolve. Os usos e formas de apropriação das tecnologias são resultado de processos culturais e sociais complexos. Uma das principais características da sociedade contemporânea é a presença ubíqua e a multiplicação das telas eletrônicas. Não importa aonde nos encontremos, em toda situação e momento encontramos uma tela mediando a nós e o mundo. Além disso, a miniaturização dos dispositivos digitais e o desenvolvimento de redes inalámbricas de alta capacidade aprofundam o processo de deslocamento das atividades cotidianas dando lugar a um novo *neonomadismo* digital.

Palavras-chave: Telas eletrônicas – neonomadismo digital – comunicação e tecnologia

Abstract

Any technological innovation can be separated from the context in which it operates. Uses and forms of appropriation of technologies are the result of complex social and cultural processes. One of the main features of contemporary society is the ubiquitous presence and multiplication of electronic screens. No matter where we are, in every situation and find a screen when mediating between us and the world. Also, the miniaturization of digital devices and the development of high capacity wireless networks deepen the process of relocation of the daily activities leading to a new digital nomadism.

Keywords: Electronic screens – new digital nomadism – communication and technology

Primeros pasos

Caminar por Brasilia no es sencillo. Su estructura urbana no parece contemplar la presencia de peatones. En amplias zonas de la ciudad atravesadas por innumerables avenidas y viaductos las aceras, cuando

¹ Doctor en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor titular de la Universidad de Buenos Aires (Argentina). comunicación@diegolevis.com.ar . Sitio Web – [Http://diegolevis.com.ar](http://diegolevis.com.ar)

existen, son angostas y son pocos los cruces peatonales. La ciudad pareciera estar conformada por vehículos a motor, asfalto y monobloques de cemento, acero y vidrio. En sus calles apenas se ven personas caminando. El visitante siente la extraña sensación de la ausencia de vida social en la calle.

Brasilia fue construida para ser capital de Brasil. Sus creadores, el urbanista Lucio Costa y Oscar Niemeyer, arquitecto de la mayoría de los edificios públicos, imaginaron un modelo de ciudad perfecta, dividida en áreas específicas para cada actividad, en la que gobernantes, empresarios, empleados y obreros compartieran los mismos barrios y los mismos edificios de vivienda. La ciudad se inauguró en 1960, hace poco menos de medio siglo. Sin embargo, el visitante no siente estar en una ciudad “moderna”. Todo en la estructura y en las construcciones de la ciudad remite a un tiempo ajeno al nuestro. El diseño urbanístico y arquitectónico, al margen de la belleza de algunas de sus avenidas y de sus edificios produce una extraña sensación de estar en el futuro del pasado. Un futuro concebido en el pasado que nunca existió, que nunca pudo haber existido pues las ciudades son construcciones sociales y culturales que van adquiriendo su forma y sus características por los usos, prácticas y relaciones que se producen entre sus habitantes. El resultado es esta ciudad que aparenta no tener tiempo, en la que la idea de futuro con la que se diseñó es anacrónica antes de llegar a nacer.

En esto pensaba antes de mi intervención en “I Seminario Internacional sobre Inclusión y Producción de Contenidos Digitales” celebrado en Brasilia en diciembre de 2008

El lector, con razón, se preguntará qué tiene que ver todo lo anterior con las pantallas aludidas en el título de este texto. La respuesta es sencilla: el futuro no se puede diseñar, el futuro es vida, una construcción social dinámica creada con materiales de distinta naturaleza. Los usos y las formas de apropiación social de las tecnologías no son una excepción

Acerca de los usos sociales de los dispositivos tecnológicos

Ninguna innovación tecnológica se puede separar del contexto social e histórico en el que se desarrolla. Toda tecnología responde a una concepción del mundo y es resultado de un proyecto con objetivos concretos. Sin embargo,

esto no determina que la apropiación social de una innovación tecnológica se produzca siguiendo las pautas y los usos previstos por sus desarrolladores.

La génesis de los objetos técnicos implica un proceso creativo que se inicia en una idea y culmina en un artefacto en el que se integran materia, forma, finalidad y en modo en que está construido. Deja de ser un dato en sí mismo, y, en tanto procede del pensamiento, es modificable (Perriault 1999).

La formación de los usos sociales de todos los dispositivos tecnológicos implica un proceso complejo que pone en juego tres lógicas interrelacionadas entre sí:

1. técnica
2. comercial
3. social,

siendo la apropiación social la que, en última instancia, confirma su inserción o su fracaso.

En la dinámica de este proceso muchas veces el uso propuesto de una tecnología no es aceptado pero surgen usos alternativos que terminan imponiéndose, determinando desarrollos no previstos en el diseño original del dispositivo. En otras ocasiones, las prácticas sociales permiten descubrir nuevas potencialidades técnicas, instrumentales y culturales, muchas veces imprevistas (Flichy 1995).

Como revela la rápida obsolescencia y el anacronismo del modelo de ciudad ideal imaginado por Costa y Niemeyer en Brasilia, tiene poco sentido diseñar y desarrollar artefactos y sistemas técnicos en base a modelos prospectivos desarrollados por centros tecnológicos que buscan imponer una determinada concepción de la naturaleza y de la sociedad que rara vez toma en consideración los usos y prácticas sociales de las personas a las que va dirigido. Prácticas que, recordamos, están en continuo movimiento y transformación.

La innovación tecnológica e innovación social no siempre van de la mano. En muchas ocasiones los usos sociales están condicionados por la presión que ejerce la lógica comercial sobre los hábitos y costumbres mientras

que otras veces los modos de apropiación social son más espontáneos y terminan modificando la lógica técnica o comercial previstas.

En última instancia, tal como señalamos antes, lo que determina el éxito o el fracaso de cualquier dispositivo tecnológico es la apropiación social, tal es el caso, a mi juicio, del extraordinario crecimiento de la presencia de pantallas en nuestras vidas durante el último medio siglo, en particular en los últimos treinta años.

Pantallas

Uno de los principales rasgos de la sociedad contemporánea en este comienzo de siglo es la multiplicación de pantallas electrónicas. Su presencia luminosa nos acompaña allí en donde estemos a lo largo del día y de la noche. Pantallas de todos los tamaños, desde pantallas de muchos metros de superficie a pantallas de escasos centímetros. Pantallas en todos los rincones de nuestras casas, pantallas en nuestro trabajo, pantallas en la calle, en las estaciones de ferrocarril, en trenes, autobuses y coches, en los estadios deportivos, en los espectáculos musicales y teatrales y en los actos políticos, pantallas en los bares y en las discotecas, pantallas en los bancos y en los supermercados, en las escuelas, en las cárceles, en los ascensores, pantallas en nuestras carteras y en nuestros bolsillos, estemos en donde estemos tenemos cerca el resplandor hipnotizante de una pantalla electrónica. En un segundo plano, casi imperceptible, alguna cámara registra lo que sucede a su alrededor.

Existen pantallas de distintos tipos, tamaños y funciones. Pantallas para mirar televisión y cine, pantallas para leer y escribir, para dibujar, para calcular, pantallas para registrar y editar fotografías y videos, para rastrear personas y vehículos, para jugar, para estudiar, para diseñar aviones y casas, para dibujar, para componer e interpretar música, para ver el interior del cuerpo humano, para hacer simulaciones científicas y operaciones quirúrgicas, para explorar el fondo del mar y para mirar el cosmos. Algunas son pantallas especializadas y otras sirven para hacer distinto tipo de actividades.

Las pantallas nos seducen ocupando un espacio creciente de nuestro tiempo, de nuestras vidas. Están allí en donde nos encontremos, en toda

situación y momento. Son ubicuas e insomnes. Poco importa el lugar, poco importa el momento, lo determinante, lo significativo es la presencia de las pantallas como mediadoras privilegiadas entre nosotros y el mundo.

De la pantalla del televisor a la pantalla multifunción de los dispositivos portátiles

Durante la década de 1950 y 1960 el televisor era la única pantalla electrónica habitual en la vida cotidiana. El televisor, en ese período, convivía con pantallas de uso especializado como el radar, el osciloscopio y el espectrómetro. Salvo excepciones, durante la década de 1960 las computadoras todavía no disponían de sistemas de visualización. A principios de la década de 1970, el uso de pantallas electrónicas fuera de los ámbitos muy especializados era tan poco frecuente que en 1972 el creador de los primeros videojuegos que se comercializaron con éxito (Pong de Atari) tuvo que utilizar el monitor de un televisor en blanco y negro para fabricar la primera máquina de este juego, ya que no consiguió monitores a la venta en el mercado².

La situación empezaría cambiar muy pronto. La fabricación del primer microprocesador (o microchip) en 1971 contribuyó a que a lo largo de esta década las pantallas, poco a poco, comenzaran a multiplicarse. Los videojuegos, que empezaron siendo un aparato para salones recreativos, a partir de 1975 entraron en el hogar abriendo la posibilidad que por primera vez los espectadores, devenidos en jugadores (es decir en actores), pudieran controlar la acción que se desarrollaba en la pantalla del televisor. Las videoconsolas de videojuegos muestran que el televisor puede servir para algo más que para ver televisión.

En 1977 aparecen las primeras computadoras de uso doméstico equipadas con monitores de tubo de rayos catódicos – CRT (Apple II) y a comienzos de la década de 1980 la computadora personal (PC de IBM, 1981) hace su entrada en las oficinas de las empresas. Las consolas de videojuegos, cada vez más populares, y las videograbadoras hacen que paulatinamente el televisor deje de utilizarse sólo para ver televisión.

² Ver, Diego Levis (1997) *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós: Barcelona.

El caso de las videograbadoras es interesante. Al comienzo se publicitaban como aparatos auxiliares para ver televisión que permitían grabar los programas favoritos para poder verlos en cualquier momento sin quedar prisionero de la programación televisiva. Sin embargo, no tardó en aparecer un uso no previsto inicialmente por los fabricantes: el alquiler de películas. De este modo, el nuevo aparato pasa de auxiliar a competidor de la televisión.

Durante la década de 1980 cada vez son más los hogares que cuentan con dos o más televisores. La vieja imagen de la familia reunida mirando televisión empieza a difuminarse. El uso de pantallas es cada vez más individual. A finales de esa misma década las computadoras se hacen portátiles y los primeros videojuegos de bolsillo y las agendas electrónicas permiten llevar una pantalla siempre encima. Por aquel entonces la presencia de pantallas es cada vez más notoria en los lugares públicos. Durante este período se anuncian grandes transformaciones sociales, culturales y educativas derivadas del uso de las computadoras. Muchas de estas promesas se diluyen pronto en el recuerdo sin llegar a cumplirse.

Durante la década de 1990 las pantallas se siguen multiplicando. La presencia de computadoras empieza a ser cada vez más frecuente en los hogares. La creación de la web impulsa, a partir de 1994, la rápida expansión social de Internet. Esto favorece que la computadora personal, progresivamente, comience a ocupar espacios cada vez más preponderantes en el ocio doméstico. En 1993, el vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, presenta un plan para la construcción de una *Infraestructura Global de Información* en el que se atribuye a las redes telemáticas avanzadas un rol fundamental en la construcción de una sociedad más justa y próspera³. El tema se instala en distintos ámbitos multilaterales, académicos y empresariales. Durante los años siguientes se suceden los documentos y los encuentros en los que se establecen objetivos para la creación de lo que por entonces se definía como “superautopistas de la información”. Uno de los principales ejes del debate eran los contenidos, aplicaciones y servicios, factor clave, se consideraba, para rentabilizar las enormes inversiones necesarias para la

³ Diego Levis (2009) *La Pantalla Ubicua*. 2ª edición ampliada y actualizada. La Crujía: Buenos Aires

construcción y despliegue de las por entonces llamadas “superautopistas de la información”. Entretanto, la expansión de Internet, basada en el uso comunitario y descentralizado, la comunicación entre pares y la oferta de contenidos gratuitos afirmaba un modelo de desarrollo de las redes telemáticas distinto al previsto. En ese mismo período se produce la implosión de la expansión social de la telefonía celular, fenómeno socio-comunicacional de enormes proporciones y de un alcance sin precedentes, cuyas consecuencias culturales aún es pronto para valorar. La revisión de la literatura académica y de documentos de organismos multilaterales nos mostraría que prácticamente nadie había previsto este desarrollo fulgurante. El futuro, lo hemos visto antes, es inaprehensible. .

Estos aparatos que inicialmente sólo servían para hablar por teléfono, simultáneamente a la disminución de su tamaño van sumando distintas funciones hasta llegar a ser sofisticados dispositivos multimedia de bolsillo, equipados de pantallas de definición y prestaciones cada vez mayores. A las diminutas pantallas de los celulares y otros dispositivos digitales portátiles de última generación (reproductores de audio y video, cámaras de foto, computadoras de bolsillo, etc) se le añaden en este comienzo de siglo las pantallas gigantes de alta definición utilizadas en espectáculos y actos públicos y las pantallas hogareñas de televisión y de PC de tamaño y calidad de imagen cada vez mayor, todas ellas de plasma o LCD.

Pantallas nómades

El continuo crecimiento de la capacidad de cálculo y la disminución de precio de los microprocesadores electrónicos, la miniaturización de los dispositivos digitales y el desarrollo de redes inalámbricas de alta capacidad acentúan el proceso, iniciado hace algunos años, de deslocalización de las comunicaciones y de un número cada vez mayor de actividades vinculadas con el trabajo, el estudio y el ocio. Las computadoras portátiles y de bolsillo, los celulares multifunción, los receptores y reproductores de MP3 y MP4, entre otros aparatos de uso cotidiano, permiten realizar en cualquier lugar y momento (incluso en movimiento) tareas que hasta no hace mucho requerían un espacio

dedicado (empresa, hogar, centro de estudio, etc). En las publicidades se resalta la libertad de movimientos que permiten estos dispositivos portátiles, subrayando las posibilidades de llevar en el bolsillo o en la cartera, un aparato que permite *estar siempre conectado* (el uso y sentido que se le da a la expresión “estar conectado” merecería especial atención) para entretenerse (jugar, escuchar música, ver videos, sacar y enviar fotos, etc.), comunicarse con los amigos y trabajar en cualquier lugar, en cualquier momento.

Esta deslocalización, que da lugar a lo que podemos caracterizar como *neonomadismo* digital o *tecnomadismo*, participa de la tendencia hacia la *televida* que promueven los sectores políticos y económicos interesados en la creación de una sociedad formada por individuos permanentemente teleconectados y en movimiento (paradójicamente, siempre ubicables, vigilables).

Así como estos artefactos electrónicos pueden servir para los usos propuestos en los anuncios también poseen la capacidad de ser utilizados como herramientas creativas, como dispositivos de apoyo en los procesos de enseñanza y aprendizaje, como medios de comunicación comunitaria, como canales de difusión alternativos, entre muchos otros usos potenciales aún poco explorados

Pantallas: superficies para mirar y a veces a no ver

Vivimos en un tiempo en el cual las imágenes que nos muestran las pantallas que nos rodean influyen en aquello que consideramos y exigimos de la realidad. En muchas ocasiones atribuimos a las imágenes un carácter casi mágico que hace que las percibamos e incluso también las utilicemos como sustituto de la experiencia directa. En muchos casos, la representación visual de un hecho, de un objeto o de una persona tiene más relevancia que la persona, el objeto, el hecho mismo al cual representa. Pareciera que lo que no es visualizable en una pantalla no existe

Esta percepción de la representación favorece la espectacularización de la vida. Este fenómeno no es nuevo, ni tampoco natural. Hace más de 40 años, Guy Debord, comenzaba su obra *La Cultura del Espectáculo* señalando que

“toda la vida de las sociedades en donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente se aleja ahora en una representación.”

Las pantallas, en tanto superficies de representación, ocultan más de lo que muestran, contribuyendo así a una posible escisión entre el entorno físico, social y cultural (el mundo) y la percepción que tenemos de él. La pantalla acerca pero también separa. Acostumbrados a ver el mundo a través de una pantalla, cada vez nos cuesta más ver a nuestro lado, mirar a nuestros semejantes.

Mirar es un proceso activo y selectivo al mismo tiempo. Según sea nuestro interés buscamos en las imágenes diferentes cosas, lo cual modifica la percepción que tendremos de las mismas. Las pantallas electrónicas intervienen en el sentido de nuestra mirada no sólo modificando nuestra visión del mundo, sino también la percepción que tenemos de nosotros mismos. La pantalla no sólo influye en aquello que miramos sino también en como lo hacemos.

Las pantallas extienden el alcance de nuestros ojos y aumentan nuestra capacidad de visión. Gracias a las pantallas (combinadas a dispositivos de creación y/o captación de imágenes) podemos ver con precisión detalles de objetos y personas situadas muy lejos de nosotros. También a través de pantallas somos capaces de ver el interior de las cosas, los animales y las personas.

La pantalla, al igual que el espejo, tiene la propiedad de encuadrar (establece los límites horizontales y verticales de lo que muestra) pero, a diferencia de las imágenes especulares, las imágenes reproducidas en la pantalla no son necesariamente síntoma de una presencia (aún cuando muchas veces lo sean) sino que, por el contrario, pueden ser testimonio de una ausencia e incluso mostrar un espejismo inasequible. De algún, toda imagen reproducida en una pantalla es un espejismo.

“[...] Primero, ahí está el cuarto que se ve al otro lado del espejo y que es completamente igual a nuestro salón, sólo que con todas las cosas dispuestas a la inversa... todas menos la parte que está justo del otro lado de la chimenea. ¡Ay, como me gustaría ver ese rincón! Tengo tantas ganas de saber si también ahí encienden el fuego en invierno..., en realidad nosotros, desde aquí, nunca podremos saberlo, salvo cuando nuestro fuego empieza a humear. Porque entonces también sale humo del otro lado, en ese cuarto... pero eso puede ser sólo un engaño para hacernos creer que también ellos tienen un fuego encendido ahí” (Lewis Carroll, *Alicia a través del Espejo*).

En las últimas décadas, lo hemos señalado antes, miles de pantallas de todo tipo, casi imperceptiblemente, fueron invadiendo los lugares públicos de nuestras ciudades. Para conectarnos y comunicarnos, para informarnos, para controlarnos, para vigilarnos, para entretenernos, en todas partes y en todo momento siempre hay una pantalla encendida cerca. Y detrás de la pantalla, con seguridad, encontramos a una empresa haciendo un negocio. La producción y el consumo de imágenes de todo tipo y naturaleza (cine, fotografía, publicidad, televisión, infografías, videojuegos, etc) es desde hace varias décadas, y de modo creciente, una de las principales actividades económicas y socioculturales de la economía mundial. No sólo por lo que estas actividades generan de forma directa, sino también porque son sostén de diversas actividades económicas derivadas.

Contenidos en las pantallas

La dinámica generada por Internet (y en menor medida la telefonía celular) sacude a todas las industrias mediáticas en especial a las industrias de contenidos audiovisuales

Al hablar de contenidos debemos diferenciar entre distintos tipos de pantallas electrónicas que condicionan y en ocasiones también determinan distintos usos y formas de apropiación social

- a) Televisor
- b) Dispositivos portátiles multifunción (celulares-ipods- etc)
- c) PC

Las diferentes pantallas implican diferentes condiciones y modalidades de recepción

a) Televisor

Se utiliza principalmente para ver televisión en todas sus modalidades (abierta, paga, por aire, por cable, satelital, etc) . La recepción simultánea de muchos telespectadores de las emisiones es la principal característica diferenciadora de la televisión tradicional. Este rasgo representa su mayor atractivo en tanto permite que los espectadores establezcan entre sí una comunicación simbólica a través de la recepción de los contenidos

A partir de mediados de la década de 1970, el televisor se dejó de utilizar exclusivamente para ver televisión. Desde el lanzamiento de las primeras consolas comerciales de videojuegos en 1975 y poco después de los magnetoscopios (o videograbadoras) la pantalla del televisor se utiliza para jugar y para ver contenidos audiovisuales alternativos a la programación televisiva (las cintas de video han sido reemplazadas por el DVD y otras modalidades digitales de registro y reproducción audiovisual)

En el actual contexto de multipantallas el televidente solicita cada vez más contenidos personalizados. Los sistemas de pago por sesión y de video por pedido que ofrecen los servicios de televisión digital satelital son una respuesta de la industria audiovisual a estas demandas. Sin embargo, salvo en el caso de contenidos particulares (eventos deportivos, video pornográfico, etc) esta tendencia no termina de afianzarse.

b) Celulares y otros dispositivos portátiles

Se utilizan mayoritariamente para actividades diferentes que para la recepción de obras o productos audiovisuales. En cuanto a estos usos secundarios los celulares se utilizan especialmente para jugar a videojuegos, su bien se observa un progresivo aumento de usuarios que utilizan estas pantallas para ver videos y en algunos casos emisiones de TV. Las empresas del sector de telecomunicaciones y empresas audiovisuales están interesadas en fomentar el uso de estas pantallas para mirar obras audiovisuales, para lo cual se comienzan a producir contenidos especialmente concebidos para dispositivos portátiles, teniendo en cuenta las particularidades de la recepción.

Hemos de tener en cuenta que el tamaño de de las pantallas y las condiciones de recepción modifican las características de los contenidos audiovisuales (es diferente ver una obra audiovisual en una pantalla de plasma de 40" o 50" sentado en el sofá del salón de una casa que verla la minipantalla de un dispositivo móvil en la sala de espera de un hospital) La calidad de imagen y de sonido requerida no es la misma como tampoco la duración y los recursos de lenguaje audiovisual utilizados (por ejemplo no parece recomendable utilizar planos generales en una producción destinada a celulares o a otros dispositivos portátiles) .

Los menores requerimientos en cuanto resolución de imagen y sonido, calidad formal y técnica de las obras creadas para las pequeñas pantallas de los dispositivos portátiles permite concebir producciones destinadas exclusivamente a estos soportes de muy bajo presupuesto. Lo fundamental no es la tecnología ni el capital. La calidad del producto, mucho más que en otros formatos, depende, casi exclusivamente de la imaginación y la creatividad de sus autores. Allí donde el cine se basaba en la recepción colectiva sociocomunitaria, la televisión en sus comienzos en la recepción colectiva en el ámbito familiar, las nuevas pantallas nómades ofrecen la posibilidad de la recepción individual, volviendo al mismo principio al kinetoscopio creado por Edison, antecedente directo de la cinematografía ue permitía la recepción individual de imágenes cinéticas.

c) PC asociada a Internet

La PC permite que el usuario además de espectador pueda ser creador y productor de contenidos. A estas funciones Internet añade la posibilidad de que cualquier persona que cuente con acceso a un dispositivo informático con conexión a una red telemática pueda también publicar y difundir lo que desee. (a este tipo de usuario se lo conoce como *Proconsumidores*). El uso de dispositivos informáticos facilita el hacer y facilitar el hacer lo transforma y lo impulsa.

La multiplicación de pantallas, la creciente facilidad de acceso a contenidos de todo tipo, y la posibilidad de que cualquier persona que disponga de una computadora u otro dispositivo informático con acceso a una red

telemática pueda crear, editar y difundir contenidos propios o ajenos está generando un doble movimiento que no es necesariamente convergente:

1- Se produce un aumento en la demanda de productos audiovisuales alternativos a la televisión que abre enormes posibilidades de crecimiento para las industrias audiovisuales.

2- El bajo costo y la posibilidad de creación, difusión y reproducción de imágenes que permiten los distintos dispositivos informáticos, las aplicaciones de la web y las redes telemáticas de banda ancha, cuestiona, quizás definitivamente, el predominio del modelo de radiodifusión basado en la producción, programación y transmisión centralizada de emisiones de televisión dirigidas a una audiencia.

Del mismo modo que la recepción tiende a ser individual y nómada, la producción y difusión de contenidos se descentraliza; se simplifica, se colectiviza y se banaliza. Hoy cualquier persona creativa con un poco de conocimiento técnico puede producir una obra audiovisual. Quizás, en la gran mayoría de los casos, estas pequeñas piezas realizadas con pocos recursos técnicos y económicos son de escasa calidad, pero poseen un enorme interés sociocultural, e incluso político. A veces se da el caso de que obras de producción independiente y bajo costo tengan un mayor atractivo artístico que gran parte de las producciones estandarizadas de gran calidad formal y escasa imaginación realizadas por las industrias del sector.

En este contexto, es cada vez más habitual que los autores y el público, aprovechando las ventajas que ofrecen los sistemas digitales, prescindan total o parcialmente de los canales de producción y difusión controlados por los grandes grupos empresariales del sector de la cultura, que se resisten a ceder espacios

El bajo costo, la facilidad y versatilidad de usos que ofrecen las tecnologías digitales, permiten que cualquier persona, pueda crear y expresarse con el lenguaje que prefiera y pueda dar a conocer sus obras sin intermediarios. La innovación tecnológica en el ámbito del audiovisual abre la posibilidad de realizar con cámaras de video domésticas cosas que hasta no hace mucho requerían sofisticados y costosos equipos de filmación y de

iluminación. Hoy es posible con una camarita de fotos de precio reducido grabar imágenes en video con una calidad digna suficiente para ser reproducidas en pantallas de formato reducido. Son imágenes que no sirven para ser proyectadas sobre una pantalla de cine, pero sí pueden ser distribuidas a través de Internet y otras redes telemáticas. Incluso la televisión recurre de manera cada vez más frecuente a imágenes de este origen.

De alguna manera, el enorme éxito que ha tenido You Tube y otras aplicaciones similares en la Web, muestra el enorme interés que despierta en el público este tipo de prácticas, en especial entre los jóvenes, lo que contribuye a difuminar el predominio sobre las pantallas domésticas de las empresas televisivas que, poco a poco van dejando de decidir unilateralmente aquello que miramos y cuando lo miramos. Hoy existe en el mundo cientos de miles, quizás millones de personas que crean obras audiovisuales de calidad variada que son vistas por un público cada vez más numeroso, procedente de los más diversos lugares, resquebrajando no sólo el predominio de la televisión en la emisión y difusión de imágenes sino que también está cuestionando el monopolio de las industrias del sector en la creación y producción audiovisual.

La estructura abierta de Internet y las características de los medios digitales permiten que la sociedad se apropie de la tecnología y la utilice de modos no previstos originalmente. Nunca se ha promocionado al teléfono celular ni las cámaras de fotos digitales como aparatos con los cuales uno puede captar imágenes para realizar un documental o crear un cortometraje de ficción. Sin embargo, hoy, por ejemplo, es posible realizar videoclips musicales utilizando imágenes grabadas con cámaras de teléfonos celulares tratadas por computadora en postproducción.

La facilidad de publicación que ofrecen sitios web como You Tube, My Space y similares hace que la oferta de imágenes de todo tipo y origen no deje de multiplicarse. Se calcula que en You Tube se publican cada hora más de 8hs de contenidos. Los videos que se publican pueden ser o no originales, pueden tener o no calidad estética, ser de interés o sencillamente ser absolutamente prescindibles, pero lo cierto es que a mayor volumen de producción mayores posibilidades de encontrar obras de verdadero valor. Así,

en la red, no es extraño encontrar creaciones de desbordante imaginación y excelente factura realizados fuera de la industria audiovisual.

Por otro lado, las prácticas de publicación popular o social en la Web permiten conocer innumerables documentos audiovisuales de casi imposible acceso para la mayoría de nosotros a través de cualquier otro medio. En la red, podemos hallar incunables y otras obras de muy difícil acceso. Hay películas, o música o libros que están fuera del mercado que se pueden conseguir en Internet a través de distintas aplicaciones. Actualmente, gracias a las posibilidades que ofrece la Web es posible conocer películas y otros materiales audiovisuales que sólo podían verse en museos, filmotecas o colecciones particulares. Así, por ejemplo, es posible ver las películas creadas para los kinetoscopios de Edison anteriores a las primeras proyecciones cinematográficas, ver las películas de los Lumière con las que se inauguró la historia del cine o recuperar las primeras transmisiones de la televisión mecánica de principios de la década de 1930, entre santísimas otras imágenes de interés histórico y artístico.

Este tipo de usos de la red facilita el acceso al capital simbólico, promueve la diversidad cultural y las visiones plurales de la realidad, fuera del marco restringido del sistema de medios de comunicación masivos. El público crea, produce y difunde contenidos y de este modo crea valor para las plataformas y aplicaciones que utiliza para ello.

Conclusiones: La paradoja de la televisión digital terrestre

En este contexto en continua transformación, la televisión tiene enormes dificultades para competir contra el dinamismo y la fuerza de las nuevas pantallas digitales. La industria audiovisual observa con admiración y desconcierto las formas de creación, creación y recepción que impulsa la apropiación social de los nuevos dispositivos tecnológicos y de las aplicaciones y servicios que ofrece Internet. Al mismo tiempo trata de recuperarlas e integrarlas en el sistema de medios masivos. Por ejemplo, el Grupo Clarín de Argentina, editor del diario de más circulación del país y de varios canales de televisión, entre otras empresas de medios, creó “TN y la gente”, una

plataforma en Internet pensada para que los espectadores envíen videos de sucesos de los que son testigos, recuperando uno de los aspectos del llamado de periodismo ciudadano, con el incentivo que estas imágenes pueden llegar a ser emitidas por el canal de cable “Todo Noticias” propiedad del grupo.

Más allá de este y otros esfuerzos de renovación, la progresiva migración del público hacia otras pantallas marca la paulatina pérdida por parte de la televisión de su espacio privilegiado en el hogar como centro del entretenimiento audiovisual. Es por esto que la introducción de la televisión digital terrestre, produce una paradoja. El nuevo sistema de emisión aparece como una oportunidad para la industria audiovisual para actualizar su oferta, generando nuevos servicios y modalidades de recepción. Pero al mismo tiempo los nuevos servicios televisivos compiten con la multiplicación de pantallas y de contenidos audiovisuales que pugnan con la televisión por ocupar el tiempo libre de las personas. Una apuesta necesaria e imprescindible para las industrias audiovisuales pero arriesgada, ya que en el proceso acelerado de renovación sociocultural que atravesamos es difícil prever cuales serán los nuevos hábitos de ocio y uso del tiempo libre que terminarán por consolidarse social y culturalmente.

Observaciones finales

- Las tecnologías digitales están transformando profundamente el modo en que se crean, producen, distribuyen y usan los productos culturales (desde la literatura a los videojuegos).
- Las TIC son decisivas en el desarrollo de nuevos canales, dispositivos y modalidades de difusión, comercialización y recepción de productos culturales.
- El uso de medios informáticos facilita, económica y técnicamente, la creación, producción y difusión independiente de obras musicales, audiovisuales, multimediales y literarias.
- La versatilidad de los equipos, aplicaciones y servicios informáticos y la facilidad creciente para acceder a ellos, tanto desde un punto de vista económico como instrumental (facilidad de uso) hace que se empiece a desmoronar uno de los principales pilares (sino el principal) en que se

sustentan las industrias de la cultura desde la aparición de la imprenta de tipos móviles: la propiedad de los medios de producción y el control de la distribución / comercialización de los bienes.

- Los medios informáticos promueven la aparición de nuevas formas de expresión artística y también facilitan la circulación pública de obras del pasado cuyo acceso, hasta no hace mucho, solía estar sólo al alcance de unos pocos privilegiados.
- El nuevo contexto facilita - técnica y económicamente - la posibilidad de producir, difundir y acceder a bienes culturales a un número cada vez mayor de personas sin la intermediación de las industrias de la cultura, las cuales tradicionalmente han mantenido un cuasi monopolio en el campo audiovisual, fonográfico y gráfico (libro y prensa). Hoy cualquier persona que tenga acceso a una computadora conectada a Internet puede publicar y difundir las imágenes, sonidos y textos que desee, sean o no de su creación, de un modo sencillo y gratuito.
- Se empieza a consolidar un nuevo modelo de comunicación social en la que las industrias de la cultura y los *mass-media* dejan de tener el monopolio de la palabra y de la imagen pública.
- La innovación sociocultural trasciende en importancia a la innovación tecnológica que la impulso inicialmente

Referências

Debord, Guy (1995): *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires: La Marca

Flichy, Patrice (1995): *L'innovation technique, Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*. **París:** La Découverte, París.

Levis, Diego (1997): *Los videojuegos un fenómeno de masas*. Paidós: Barcelona

Levis, Diego (2009). *La Pantalla Ubicua. Televisores, computadoras y otras pantallas*. Buenos Aires: La Crujía, 2ª edic. ampliada y revisada

Perriault, Jacques (1989) *Las máquinas de comunicar y su utilización lógica*, Barcelona: Gedisa.