

Reflexiones alrededor de la pantalla ubicua

Dr. Diego Levis

comunicacion@diegolevis.com.ar

<http://diegolevis.com.ar>

Texto de la comunicación presentada en la Mesa Redonda “ Nuevas tecnologías y nuevos y viejos actores sociales; hacia un cambio de paradigma en la educación, la cultura y la comunicación.” Festival de Cine Nueva Mirada // UNASUR, TIC y Redes audiovisuales. Buenos Aires, 3 de septiembre de 2012.

La pantalla es ubicua (Diego Levis 1999)

La presencia ubicua de la pantalla electrónica es, el rasgo característico de la sociedad contemporánea. La pantalla media nuestra relación con el mundo y con nuestros semejantes, determinando de manera creciente nuestra experiencia vital y nuestra percepción de la realidad.

La pantalla electrónica, en tanto dispositivo de orden visivo, directa o indirectamente está presente en la práctica totalidad de nuestras actividades cotidianas. En los transportes públicos, en los comercios, en nuestros lugares de trabajo y de ocio, en la calle, en las escuelas y en nuestros hogares la pantalla está cerca nuestro, la tenemos dentro de nuestros bolsillos, en nuestros bolsos, sobre nuestros escritorios y mesas bolsillos. La pantalla participa en nuestras relaciones personales y en actividades relaciones profesionales. La pantalla nos indica lo que podemos hacer y lo que no podemos hacer y como hacerlo, nos muestra lo que debemos mirar y nos oculta aquello que no alcanza o no desea mostrarnos. Es ubicua.

Su ubicuidad nos permite usarla en cualquier momento y en cualquier lugar, haciendo de todos nosotros no sólo receptores sino también virtuales emisores de contenidos.

La pantalla genera una situación de tensión entre la promesa que ofrece de pluralidad, diversidad cultural, libertad de expresión y de creación y la expansión efectiva de la concentración empresarial, la homogenización cultural y los mecanismos de control social que buscan consolidar las empresas más dinámicas y poderosas del altamente

concentrado sector telemático (o de comunicación digital) – Google, Facebook, Apple, en menor medida Microsoft, las principales compañías de telecomunicaciones, entre otras.

Los usos más difundidos en Internet generan en este sentido un equivoco en tanto generan una ilusión de libertad y diversidad que no siempre son tales. Así por ejemplo, cuando se caracteriza como receptores activos o “pro-sumidores” a los usuarios de aplicaciones como Facebook o You Tube, haciendo una contracción entre productores y consumidores, se omiten o minusvaloran las condiciones de uso en que se produce la publicación de contenidos en estos medios.

Contextualizaciones

En este contexto, es importante tener presente :

1- El papel activo de los receptores / usuarios en la construcción de sentido está limitado, salvo excepciones, a las condiciones de uso que permiten el medio utilizado. En el caso de los medios digitales, hago lo que me permite y del modo en que me lo permite hacer el programa o la aplicación utilizada a partir de pautas y normas estrictas establecidas y previstas por los programadores y editores de los mismos

2- La pantalla y las aplicaciones utilizadas en ella, son poderosas herramientas de control social y vigilancia, a las que ingenuamente no damos la suficiente importancia. Sin embargo, son numerosas las personas que se ven afectadas diariamente en su vida personal y profesional por el uso de la pantalla

3- Los contenidos generados por los usuarios (incluida la información personal brindada) es la principal fuente de beneficios de estas empresas, cuya valoración bursátil, en algunos casos, es de miles de millones de dólares. Considero que no es casual que plataformas como Taringa y otras no pertenecientes a las empresas concentradas de Internet, utilizadas para el intercambio de contenidos culturales entre pares sean perseguidas por la justicia y no lo sean las grandes empresas de la llamada web 2.0 que basan su atractivo en la publicación y distribución de contenidos ajenos por los cuales sus editores y autores no reciben ninguna contraprestación económica.

¿Qué sería de los llamados medios sociales (Facebook y You Tube son considerados medios sociales) sin los contenidos que generamos cada uno de los usuarios / editores?

En respuesta a esta situación la pensadora franco/catalana Divina Frau Meig considera que es importante que los Estados nacionales legislen para que las expresiones que circulan en la web, como un chat, un foro, o un blog pertenezcan al que lo ha producido, al creador, y no a la plataforma que ha prestado los medios de producción.

La creciente presencia en la Web de los medios tradicionales revela que las empresas

del sector han comprendido que el nuevo modelo mediático pone en cuestión el paradigma de las industrias culturales inaugurado por el libro impreso y que el desarrollo de los medios de masa termina de imponer a partir de comienzos del siglo XX.

Pocas veces, sin embargo, nos planteamos las consecuencias culturales de estas nuevas prácticas.

Hemos de tener en cuenta que el avance de aplicaciones y servicios en Internet que ofrecen la posibilidad de ver series de televisión y películas, escuchar música y leer textos de distintos géneros a través de algún dispositivo informático permiten el acceso sencillo y en principio universal a una parte significativa del patrimonio cultural de la humanidad, en una dimensión sin precedentes en la historia.

Paradójicamente, la progresiva desaparición de los soportes físicos (libros impresos, fonogramas, vedés, etc) abren la posibilidad de un retorno a la censura (económica y/o política). El avance de los mecanismos de control ideológico y cultural, en nombre de ellos derechos de autor, a las prácticas de intercambio de ficheros entre pares sin reparar en prácticas violatorias de los mismos derechos por parte de las grandes corporaciones de la Web revelan la voluntad de implementar un aumento de las restricciones a la libertad y la diversidad cultural en la red en pos de la patrimonialización de la cultura. Esta visión es contraria a los intereses de la mayoría de los habitantes del planeta y pone en cuestión la difusión y conservación de la diversidad y del patrimonio cultural y artístico de la humanidad

¿Qué sucederá cuando deseemos volver a ver una película que está fuera del listado de films ofertados por los grandes distribuidores de contenidos?

¿Y cuando queramos leer o consultar un libro que los propietarios del servicio on line o las autoridades gubernamentales consideren malo, peligroso, subversivo, inmoral o sencillamente no resulte rentable?

¿Será posible volver a escuchar aquella canción que nos cautivó de niños?

La mal llamada nube y otros sistemas similares permiten el retorno a formas patrimoniales del acceso a la cultura previas a la imprenta y posteriores industrias culturales.

El libro, el disco y después la cinta de video y soportes que siguieron, permiten que cada uno pueda leer, escuchar y mirar la obra que desee sin estar sujeto a los límites que establezca la disponibilidad en una aplicación privada en una red telemática, siempre frágil y susceptible de todo tipo de controles y vigilancias privadas y gubernamentales.

Observaciones para abrir el debate:

El mayor atractivo de medios sociales como Facebook, Twitter y You Tubes son los

contenidos que editan, producen, publican y terminan usando/consumiendo gratuitamente sus usuarios. Así los usuarios y los contenidos que generan son el “producto” generador del valor económico de estas empresas. Es más, nada impide que las empresas de la web, valiéndose de las leyes de propiedad intelectual de Estados Unidos, bajo las cuales se rigen, decidieran comercializar los contenidos publicados por los usuarios en sus plataformas (Frau Meigs, 2011).

Sería como una fábrica en la que el propietario pusiera a disposición de quien quisiera utilizarlos el lugar y las herramientas de producción y cada uno de los trabajadores por su parte portara gratuitamente sus conocimientos, su tiempo de trabajo y la materia prima a cambio sólo de la satisfacción de producir un objeto cuyos beneficios económicos serían íntegramente para los propietarios de la fábrica. El viejo concepto de plusvalía acuñado por Karl Marx en su máxima expresión

© Diego Levis 2012.

Este artículo está protegido por una licencia Atribución-NoComercial-SinObrasDerivadas 2.5 de Creative Commons.

Texto de la comunicación presentada en la Mesa Redonda “ Nuevas tecnologías y nuevos y viejos actores sociales; hacia un cambio de paradigma en la educación, la cultura y la comunicación.” Festival de Cine Nueva Mirada // UNASUR, TIC y Redes audiovisuales. Buenos Aires, 3 de septiembre de 2012.

Diego Levis, es doctor en Ciencias de la Comunicación. Es autor entre otras obras de *La Pantalla Ubicua (1999/2009)*. Profesor titular de la FSOC y de la FADU de la UBA