



## **La pantalla ubicua y el espejo de la bruja de Blancanieves**

**Revisando algunas ideas e intuiciones dichas y escritas en los últimos 15 años.**

**Por Diego Levis**

“Democratización sin precedentes de la palabra [...]. Pero [...] cuanto mayores son los medios de expresión, menos cosas se tienen por decir, cuanto más se solicita la subjetividad, más anónimo y vacío es el efecto. Paradoja reforzada aún más por el hecho de que nadie en el fondo está interesado en esa profusión de expresión, con una excepción importante: el emisor o el propio creador. Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor. De ahí esa plétora de espectáculos, exposiciones, entrevistas, propuestas totalmente insignificantes para cualquiera y que ni siquiera crean ambiente: hay otra cosa en juego, la posibilidad y el deseo de expresarse sea cual fuere la naturaleza del «mensaje», el derecho y el placer narcisista a expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registrado amplificado por un «médium». Comunicar por comunicar, expresarse sin otro objetivo que el mero expresar y ser grabado por un micropúblico, el narcisismo descubre aquí como en otras partes su convivencia con la desustancialización posmoderna, con la lógica del vacío” (Gilles Lipovetsky, *La era del vacío*, 1983).

### Pantalla

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**

Vivimos una etapa sociohistórica de transición a la que la autora francocatalana Divina Frau Meigs caracteriza como “ciberismo”. En la era naciente, los usuarios de los medios interactivos de comunicación digital, convertidos en proveedores y productores de contenidos simbólicos en distintos formatos, están en el centro de los procesos comunicativos, características propias de la comunicación reticular. El momento ciberista, afirma Frau Meigs, “se ve reflejado en el cambio ocurrido con el paso de la Web 1.0 a la Web 2.0, caracterizado como el tránsito de una tecnología centralizada que permitía un mínimo de interacción, visible en herramientas como el correo electrónico o los blogs, a una red descentralizada de aplicaciones de banda ancha, navegadores y plataformas sociales que promueven la participación (...)” (Frau Meigs 2011: 175)

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. 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.

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.

El uso extensivo e intensivo de dispositivos digitales portátiles (netbooks, tabletas, celulares multifunción, etc) conectados a redes inalámbricas está dando lugar a la expansión de modalidades híbridas de trabajo atemporal y ubicuo, en las que horas otrora destinadas exclusivamente al descanso y al ocio son empleadas en tareas laborales o paralaborales (búsqueda de información, redacción y envío y/o publicación de mensajes de distinto tipo, etc) alternándose, y a veces confundiéndose, con actividades lúdicas y comunicacionales propias del uso del tiempo libre, cada vez más tiempo prisionero, entendiendo como tal a la construcción simbólica que encierra el uso del tiempo libre en la obligación de “divertirse”, en especial si es utilizando o consumiendo cualquiera de las muchísimas oportunidades que ofrecen las industrias del entretenimiento<sup>1</sup>. (Levis 1999,

---

<sup>1</sup> La compulsión de divertirse en cualquier momento y lugar, de estar siempre ocupados (*entretenidos*), aniquila toda posibilidad de verdadero tiempo libre, transformado así en tiempo prisionero. (Levis 2006)

2006, 2009) De este modo, la duración de la jornada laboral se prolonga sin que muchos de los propios implicados lo reconozcan y/o tomen conciencia de ello. Estar siempre conectado implica en gran medida estar siempre dispuesto a realizar una tarea vinculada con la actividad profesional o académica. No importa el momento, no importa el lugar, los dispositivos digitales en red disuelven las divisiones en el empleo del tiempo, entremezclando el trabajo y el juego, lo público de lo privado en una amalgama en la que convergen mensajes y actividades de distintos origen y naturaleza, regidas por las leyes restrictivas del mercado bajo un supuesto espíritu lúdico que engañosamente se presenta emparentada con el entretenimiento y este con la diversión<sup>2</sup>.

Lo novedoso (y en nuestra opinión inquietante) es que se está produciendo la disolución de los límites tradicionales entre el tiempo laboral y el tiempo libre. Confundidos el ámbito profesional y el ámbito privado, el trabajo y el ocio en un espacio indeterminado e intercambiable al que podemos caracterizar como tecnonómada (Levis 2007), hoy no sólo invertimos tiempo en trabajar sino también parte de nuestro dinero y de nuestra libertad.

#### Patrimonio cultural

La progresiva creación durante los últimos diez años de aplicaciones informáticas en red que facilitan el intercambio de archivos, la publicación sencilla de contenidos de diferente naturaleza y las prácticas colaborativas (intercambio de archivos entre pares - P2P, entornos colaborativos, blogs, “redes sociales”, *streaming* de audio y video, etc.) materializa muchas de las promesas de la cibercultura de finales del siglo XX, recuperando los objetivos y el espíritu con los que fue concebida la World Wide Web a finales de la década de 1980. Esta estructura de funcionamiento de la red, a la que convencionalmente se conoce como web social (denominación que preferimos) o web 2.0, adquiere sentido en la producción y publicación de contenidos y en los flujos comunicativos generados por sus usuarios, simultáneamente creadores, editores, emisores y receptores. El papel de los usuarios en la construcción de la web social se puede sintetizar en tres acciones: **participar, compartir, colaborar**.

Las principales características de Internet y de la web social que trastocan el modelo de comunicación mediática dominante desde finales del siglo XIX son:

#### ^ Interactividad

---

<sup>2</sup> **Entretenimiento:** Acción y efecto de entretener o entretenerse //2- Cosa que sirve para entretener o divertir  
**Divertir:** Apartar, desviar, alejar *Diccionario de la Real Academia Española, 21ª edición, 1992*

- ⤴ Inmediatez y ubicuidad de las comunicaciones.
- ⤴ Disolución de las fronteras entre emisores y receptores.
- ⤴ Multimedialidad
- ⤴ Multidireccionalidad
- ⤴ Facilidad creciente para la producción, publicación, difusión y recepción directa de contenidos en distintos formatos (texto, sonido, imagen fija, audiovisual, hipermedia, animaciones interactivas, etc.)
- ⤴ Descenso exponencial de los costos de producción, publicación y difusión de contenidos en distintos formatos

Un alto porcentaje de los usuarios de Internet prefieren sentirse participes del diseño de LO que HACEN con la pantalla de la computadora o del dispositivo digital que utilizan antes que ceder a los editores y programadores de los grandes medios de masas la decisión de lo que deben pensar y de como deben emplear su tiempo

Los cambios que se están produciendo en el ámbito de la comunicación social anuncian el fin de la hegemonía de las empresas editoriales y de medios de masas (*mass-media*) en la selección, producción, edición y difusión de contenidos simbólicos, es decir en la construcción de subjetividades. Hoy, la palabra escrita, la música, las imágenes destinadas a ser divulgadas públicamente tienen la posibilidad de fluir libremente sin la necesidad de pasar antes por un intermediario que las produzca y comercialice.

Las redes telemáticas contribuyen a conformar un nuevo tipo de relaciones personales más o menos estables, en donde la presencia física deja de ser condición previa necesaria para desarrollar vínculos entre las personas y en ciertos casos, creando además sentimientos de pertenencia. De tal modo, en ocasiones, la existencia en el espacio simbólico que representa la red, puede superponerse a la existencia en el espacio físico material en cual transcurre la vida cotidiana de cada uno de los participantes en el acto comunicativos

La sociedad ciberista no implica una transformación radical en las condiciones de producción capitalista pero contiene el germen de un cambio de actores en el campo de la comunicación pública y la creación artística y establece un desafío para la educación en el sentido amplio

En un contexto en el cual la separación entre la comunicación social y la

comunicación interpersonal es cada vez más difícil de determinar, las redes telemáticas ofrecen un extraordinario y versátil canal de comunicación entre los seres humanos, origen y destino, en definitiva, de todo acto comunicativo.

Pero no todo es color de rosa. 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, vededés, 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 los 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 online 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 aportara 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, noviembre 2012



Esta obra está licenciada bajo una Licencia

[Creative Commons Atribución – NoComercial- SinDerivadas 2.5 Argentina](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/argentina/)