

“En el corazón de la videocultura siempre hay una pantalla pero no hay forzosamente una mirada [...] Nos acercamos infinitamente a la superficie de la pantalla, nuestros ojos están como diseminados dentro de la imagen. Ya no tenemos la distancia del espectador con relación a la escena, ya no hay convención escénica.”

Baudrillard 1996

PANTALLAS: UNA PRIMERA APROXIMACIÓN

Uno de los principales rasgos de la sociedad contemporánea es la multiplicación de pantallas electrónicas. Su presencia luminosa nos acompaña allí en donde nos encontremos, a lo largo del día y de la noche. Pantallas de todos los tamaños, desde las minúsculas de los dispositivos portátiles a las pantallas gigantes de muchos metros de superficie utilizados en los grandes eventos al aire libre. Pantallas en todos los rincones de nuestras casas, pantallas en nuestro trabajo, pantallas en la calle, en las estaciones de ferrocarril y dentro de los trenes, en 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.

Existen pantallas de distintos tipos, tamaños y funciones. Pantallas para mirar televisión, pantallas para reproducir films, 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 multifuncionales.

Las pantallas nos seducen ocupando un espacio creciente de nuestro tiempo, de nuestras vidas. 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 HOGAREÑO A LAS PANTALLAS PORTÁTILES MULTIFUNCIÓN

Durante la década de 1950 y 1960 el televisor era la única pantalla electrónica habitual en la vida cotidiana de la enorme mayoría de personas. El televisor, en ese período, convivía con pantallas de uso especializado como el radar, el osciloscopio y el espectrómetro, todas ellas basadas en el pesado tubo de rayos catódicos (CRT). Las computadoras eran todavía máquinas enormes sin pantalla. A principios de la década de 1970, exceptuando al televisor, el uso de pantallas electrónicas fuera de ámbitos especializados era muy poco frecuente. Tanto es así que en 1972, para fabricar la primera máquina de Pong (de Atari) punto de partida de la industria de videojuegos, se utilizó el monitor de un televisor en blanco y negro¹.

La situación empezaría cambiar muy pronto. A lo largo de la década de 1970 las pantallas electrónicas comienzan a multiplicarse. Los aparatos para jugar

¹ Función que con los años se habría de llamar “interactividad”. Para ampliar, consultar: Diego Levis (2009) *La Pantalla Ubicua*. 2ª edición ampliada y actualizada. La Crujía: Buenos Aires.

Diego Levis

DOCTOR EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.
DOCENTE TITULAR DE LA UBA.
AUTOR DE “LA PANTALLA UBICUA”

a videojuegos reducen su tamaño y en 1975 llegan a los hogares asociados al televisor, incorporando la posibilidad de que por primera vez los espectadores, devenidos en usuarios activos, pudieran controlar el desarrollo de las acciones que suceden en la pantalla². A partir de entonces el televisor deja de ser sólo un aparato para ver televisión. A finales de la década, en Estados Unidos empiezan a popularizarse las primeras computadoras de uso personal, entre la que se destaca la Apple II, la primera computadora en venderse con monitor de fábrica. Durante la década de 1980 las innovaciones son numerosas. Las computadoras personales lanzadas por IBM (PC) en 1981 se imponen como estándar ofimático. Los videojuegos de bolsillo, las calculadoras y las agendas electrónicas permiten que sea posible llevar siempre encima una pantalla. Las consolas de videojuegos y las videograbadoras, de popularidad creciente, modifican definitivamente el uso del televisor.³ Cada vez es mayor el número de 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. La televisión debe competir por el tiempo libre de los espectadores y por la disponibilidad del aparato, otrora de uso exclusivo, con nuevas formas de entretenimiento audiovisual en el ámbito doméstico. A finales de la misma década las computadoras se hacen portátiles y la presencia de pantallas se hace cada vez más notoria en los lugares públicos.

Durante la década de 1990 las pantallas se siguen multiplicando. El desarrollo tecnológico impulsa la creación de nuevos dispositivos electrónicos, cada vez más pequeños, de mayores prestaciones y de menor precio. La presencia de computadoras empieza a ser cada vez más frecuente en los hogares. La creación de la World Wide Web impulsa, a partir de 1994, la rápida expansión social y cultural de Internet. Esto favorece que la computadora personal, progresivamente, comience a ocupar espacios cada vez más preponderantes en el ocio doméstico. En ese mismo período se produce el inicio de la implosión de la expansión social de la telefonía celular. La revisión de la literatura académica y de documentos de organismos multilaterales de la época nos mostraría que, a mediados de la década de 1990, prácticamente nadie preveía el desarrollo fulgurante de estos pequeños dispositivos de comunicación. Un fenómeno socio-comunicacional (y económico) de enormes proporciones y de un alcance sin precedentes, cuyas consecuencias culturales, políticas y sociales aún es pronto para valorar.

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 alta definición, conexión inalámbrica a Internet y prestaciones cada vez mayores. A las diminutas pantallas de los celulares y otros dispositivos digitales portátiles de última generación (reproductores

² El caso de las videograbadoras es interesante. Inicialmente se publicitaban como aparatos auxiliares de la televisión que permitían grabar los programas favoritos para poder verlos en cualquier momento sin quedar prisionero de la programación. Sin embargo, no tardó en aparecer un uso no previsto por los fabricantes: el alquiler de películas. De este modo, el nuevo aparato pasa de ser auxiliar a competidor de la televisión.

³ Durante 2008 se vendieron en todo el mundo alrededor de 150 millones de TVs de LCD (fte. IDATE 2009). En la Argentina, el gran auge de ventas de este tipo de aparatos se produjo durante 2010, impulsado por el mundial de fútbol de Sudáfrica.

de audio y video, cámaras de foto, computadoras portátiles con conexión a Internet etc.) se le añaden en este comienzo de siglo las pantallas gigantes de alta definición utilizadas en espectáculos y actos públicos. El televisor y la computadora de escritorio parecen converger a través de nuevas pantallas de mayor tamaño y calidad de imagen (de plasma, LCD o LED), a lo que hay que añadir la anunciada llegada de las pantallas domésticas para ver imágenes cinéticas en 3D.⁴

Para conectarnos y comunicarnos, para informarnos, para controlarnos, para vigilarnos, para entretenernos (otra forma de vigilancia) en todas partes y en todo momento siempre hay una pantalla encendida cerca. Y detrás de cada pantalla una empresa haciendo un negocio.

VALOR DEL MERCADO DE LOS DISPOSITIVOS Y SERVICIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN EN EL MUNDO Y EN AMÉRICA LATINA (2008)

En billones de Euros	América Latina	Mundo
Servicios de Telecom	93	997
Equipos de Telecom	13	232
Software y servicios informáticos	21	654
Equipos informáticos	17	306
Servicios de televisión	18	288
Electrónica de consumo	32	273
TOTAL	194	2 739 (6,50% PIB)

Diego Levis, 2010 Fte. DigiWorld 2009, IDATE.

SUPERFICIES PARA MIRAR Y A VECES A NO VER

"Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... lo que es 'sagrado' para él no es sino la ilusión, pero lo que es profano es la verdad. Mejor aún: lo sagrado aumenta a sus ojos a medida que disminuye la verdad y crece la ilusión, hasta el punto de que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado."

Feuerbach (1843), prefacio a la 2ª edic. de *La esencia del Cristianismo*. (cit. por Debord G. en "La sociedad del Espectáculo")

La producción y el consumo de imágenes de todo tipo y naturaleza tienen desde hace varias décadas una importancia creciente en nuestras vidas. Las imágenes que nos muestran las pantallas que nos rodean influyen en nuestra percepción de la realidad. En muchas ocasiones atribuimos a las imágenes un carácter casi mágico que hace que las percibamos e incluso, también, que 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.

Régis Debray (1994) sostiene que el actual fetichismo de la imagen, a la que tan vinculada están las pantallas, tiene puntos comunes con la era de los ídolos. En este sentido, las pantallas, en especial la del televisor y la de la computadora, ocupan un espacio intermedio entre el tótem y el oráculo de

⁴ Tendemos a considerar a la pantalla como una ventana que nos permite aumentar el alcance de nuestra vista hacia lugares, objetos, personas y dimensiones inalcanzables para nuestros ojos. Es por esto interesante, recordar que la primera acepción de "pantalla" en el Diccionario de la Real Academia Española remite a una "lámina que se sujeta delante o alrededor de la luz artificial, para que no moleste a los ojos o para dirigirla hacia donde se quiera". Otras acepciones hacen referencia a "una persona o cosa que, puesta delante de otra, la oculta o le hace sombra y a una persona que llama hacia sí la atención en tanto que otra hace o logra secretamente una cosa". La pantalla también puede ser de sonido y también al bastidor que se utiliza en la serigrafía para el estampado de tejidos y la impresión de papel.

la Antigüedad. 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 (Hochberg 1983, Berger 2000). La pantalla no sólo influye en aquello que miramos sino también en cómo lo hacemos, invirtiendo muchas veces nuestra relación con la imagen y con el objeto y/o suceso representado. La intermediación de las pantallas se superpone y, de forma creciente, reemplaza a la experiencia directa, adquiriendo un papel cada vez más preponderante en la construcción de nuestra subjetividad personal y social y en el modo en que nos relacionamos con nuestros semejantes, con nosotros mismos y con la realidad física.

Las pantallas electrónicas intervienen en el sentido de nuestra mirada, modificando nuestra visión del mundo y la percepción que tenemos de nosotros mismos. 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, creando una falsa sensación de transparencia en la que pareciera disolverse la superficie material del dispositivo técnico y el marco en el que se encuadra la imagen. Una ventana imaginada en la que podemos ver y hacer cosas que físicamente no están a nuestro alcance. Pero la pantalla también actúa como una suerte de biombo que puede separarnos de nuestro entorno inmediato, distrayendo nuestra atención de lo próximo, actuando muchas veces como un espejo deformante que refleja una imagen distorsionada de nuestra vida y del mundo.⁵

PANTALLAS: USOS Y CONSUMOS

La multiplicidad y diversidad de pantallas y de canales de difusión requiere contenidos y aplicaciones atractivas. Hay quienes pronostican que los usos sociales terminarán imponiendo una única pantalla que permita mirar televisión, navegar por Internet, escribir textos, editar imágenes y otras funciones que hoy cumplen televisores, computadoras o celulares multifunción minusvalorando las características ergonómicas de una y otra pantalla y las necesidades funcionales de cada una de las actividades.

Otra posible opción es que se acentúe la actual tendencia a la convivencia entre muchas pantallas multifunción, utilizadas de acuerdo al momento y la necesidad circunstancial. Esto permite imaginar contenidos y usos específicos para cada una de ellas de acuerdo a sus características y funcionalidades preponderantes. La lista de posibilidades y necesidades es amplia.

⁵ Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual del 10 de octubre de 2009. Consultar en <http://www.comfer.gov.ar/web/ley26522.pdf>

La producción de contenidos audiovisuales que responda a las expectativas y necesidades que generan la multiplicación de vías de canales de difusión y de recepción (redes inalámbricas, TV digital terrestre, entre otras), la proliferación de pantallas y a las nuevas modalidades de usos y consumos culturales requiere de un marco regulatorio que establezca condiciones favorables para la creatividad y la diversidad. La Ley de servicios de comunicación audiovisual promulgada en 2009 en la Argentina es, a mi juicio, un buen punto de partida.⁶

LA TV DIGITAL TERRESTRE (TDT): UN CASO PARTICULAR

En la Argentina hasta comienzos de 2010 existían dos modalidades básicas de ver televisión:

- La televisión "abierta": se recibe a través de ondas hertzianas con una antena, gratuitas, número muy limitado de canales, poca cobertura territorial y, en general, mala calidad de imagen.⁷
- Televisión paga multicanal: se recibe por cable coaxial o por satélite de recepción directa. De acuerdo al tipo de abono, permite sintonizar distinta cantidad de canales de televisión e incluso emisoras de radio y música, varía el tipo de señal de recepción y ofrece distintos servicios de televisión a la carta (video por pedido, canales exclusivos, etc.) varía el número de canales y paga).

Desde abril de 2010 ha comenzado a desplegarse el sistema de televisión digital terrestre abierto (TDT) promovido desde el gobierno nacional que se propone asegurar la cobertura territorial de todo el país.⁸ El proyecto de TDT "contempla la inclusión social, la diversidad cultural, el fortalecimiento de la Industria Nacional, la promoción del empleo, el desarrollo científico-tecnológico, los contenidos televisivos de calidad y la participación ciudadana."⁹

El acceso al nuevo modelo de televisión es gratuito y entre sus objetivos se propone ofrecer nuevas y más señales de TV con mejor calidad de imagen y sonido, incluyendo la posibilidad de ver televisión en dispositivos portátiles (TV móvil). No obstante la implantación social, cultural y económica de la TDT no está asegurada. La dinámica generada por Internet (y en menor medida la telefonía celular) sacude a todas las industrias mediáticas en especial a la industria audiovisual, entre ellas a la televisión. Las nuevas formas de producción, distribución y recepción de productos audiovisuales y los nuevos consumos culturales empiezan a cuestionar la posición dominante de la televisión como forma de entretenimiento.

Ver televisión sigue siendo la actividad más frecuente en el uso del tiempo libre del 59% de los argentinos.¹⁰ Los jóvenes pasan muchas horas mirando televisión (un promedio de 2 a 3 horas diarias) pero preferirían hacer otra cosa. Así al menos se desprende de un estudio del Ministerio de Educación de la Nación realizado en 2009 que indica que para el 35% de los niños y jóvenes de 11 a 17 años mirar televisión hace el día más aburrido¹¹.

En el actual contexto de multipantallas el televidente solicita cada vez más contenidos personalizados. Como apuntábamos antes, hemos de tener en cuenta que el tamaño de las pantallas y las condiciones de recepción modifican las características de los contenidos audiovisuales. La calidad de imagen y de sonido requerida no es la misma para una pantalla LCD de 42" que para la pantalla de pocas pulgadas de una computadora de bolsillo. También cambian el tamaño y duración de los planos y otros recursos del lenguaje audiovisual (por ejemplo no parece recomendable utilizar planos generales en una pro-

⁶ Salvo Buenos Aires y conurbano, en el resto del país hay un máximo de dos canales por localidad, siendo lo más habitual que haya una sola emisora local de TV, en general repetidora de algún canal de Buenos Aires (ver Levis, 2008).

⁷ El 14 de abril de 2010 se realizaron las primeras transmisiones de prueba de las señales digitales de Canal 7 y Encuentro, ambas de titularidad estatal. Desde mediados de año se comenzó la distribución gratuita de un millón de decodificadores destinados a familias de sectores pobres de la sociedad que no dispongan de ningún sistema de TV paga en sus hogares.

⁸ Fte. "¿Qué es la TDT?" en *Televisión digital abierta* <http://www.tvdigital.gob.ar/tvdigital/tvdigital/> Consultado el 15/12/2010.

⁹ Fte. AFSCA.

¹⁰ Los chicos de 11 a 17 años ven entre 2 y 3 hs. de televisión por día (30 %, 4 a 6 horas) "Los consumos culturales de los chicos de 11 a 17 años en la Argentina" Programa Escuela y Medios, Ministerio de Educación de la Nación, 2009.

ducción destinada a celulares o a otros dispositivos portátiles). 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 portátiles son adecuadas para la recepción individual, volviendo al mismo principio al kinetoscopio creado por Edison en 1892, antecedente directo de la cinematografía.

Ante esto, la TDT debe revitalizar el espacio de la televisión a partir de una programación renovada y plural (diversidad de emisores y de contenidos) y una oferta innovadora de servicios televisivos. Para ello es importante partir del reconocimiento de la existencia de la nueva realidad mediática que plantean las nuevas pantallas sabiendo que ni las normas técnicas ni la disponibilidad tecnológica aseguran la pluralidad, del mismo modo que los reglamentos en contra de la concentración empresarial no aseguran la diversidad. La verdadera clave reside en el compromiso, la creatividad y el trabajo. Las condiciones materiales, culturales, técnicas y políticas parecieran estar dadas para conseguirlo. La experiencia decepcionante en cuanto a la calidad y diversidad de los contenidos de la implantación de la televisión digital terrestre en otros países nos muestran que sin una verdadera determinación política de las administraciones públicas y sin el compromiso social de los actores involucrados las pantallas de la televisión seguirán mayormente nutriéndose del mismo tipo de contenidos repetitivos que las pueblan hoy en día, lo cual contribuirá a acentuar la tendencia a la sustitución de la pantalla del televisor por nuevas pantallas electrónicas de uso individual. ●

La pantalla en la sala de cine y la radio dentro de la casa marcaron una época en la que se formaron el imaginario ideológico y el universo simbólico vinculados a un sistema universal de valores propios de una etapa del desarrollo del capitalismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aumont, J (1992) *la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Berger, J (2000), *Modos de ver* Barcelona: Gustavo Gili.
- Carroll, L. (1996 [1867]) *Alicia a través del espejo*. Madrid: Alianza.
- De Diego, E. (1994) 'Transrrealidad : Ver, oír, tocar' en *Revista de Occidente*, n° 153, pp 7/24.
- Debord, G (1995 [1967]) *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- Debray, R. (1994) *vida y muerte de la imagen*. Barcelona : Paidós.
- Deleuze, G. y Parnet, C. (1996 [1990]) *Dialogues*. París: Flammarion.
- Foucault, M (1984) *Las palabras y las cosas*. Mexico; Siglo XXI.
- Hochberg, J. (1983 [1972]) "La representación de objetos y personas" en Gombrich, E.H., Hochberg, J. y Black, M. *Arte, percepción y realidad*. Barcelona: Paidós, 69-126.
- Levis, D. (2009) *La pantalla ubicua*. 2.ª edic. ampliada Buenos Aires: La Crujía.
- Levis, D. (2008): "Crónica de cómo la televisión va perdiendo el predominio en el entretenimiento audiovisual en el hogar" en Patricio Lóizaga; Francisco José Piñón; Instituto de Políticas Culturales [et. al.]. *Cuadernos de políticas culturales: Indicadores culturales*. Buenos Aires: EDUNTREF.
- Levis, D. (1997) *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós: Barcelona.
- Morin, E. (1991): *L'esprit du temp*. París: Seuil.