

**Prólogo**

**El *backstage* de la pantalla insomne**

**Miguel Túñez López**

Grupo Novos Medios – Universidad de Santiago de Compostela

La era de la sociedad red está inevitablemente vinculada a una pantalla. O mejor, está vinculada a todas las pantallas posibles, cada vez más entrelazadas porque comparten protagonismo como soporte a medida que van ampliando su capacidad de ser escenario de todo tipo de relaciones de comunicación social si están conectadas a Internet.

El arranque de este siglo XXI constata una aparente obviedad: ni la televisión es solo para ver, ni el teléfono solo para hablar, ni la consola es solo para jugar. Detrás de la obviedad está la constatación de como en poco más de una década los hábitos de consumo y los cambios en las posibilidades de emisión se han multiplicado y, además, se han transformado debido a la democratización de Internet y a la ampliación de la oferta por el paso a la emisión de analógica a digital. Este cambio en el soporte de difusión ha revitalizado, por un lado, el auge de la pantalla tradicional como escenario de interrelación y, por otro, ha sabido incorporar a las nuevas pantallas: las de los pequeños dispositivos de comunicación individual y grupal con los que hemos generado nuevas dinámicas de interacción personal y nuevos modos de intercomunicación social.

Han cambiado los modos de relacionarse de todos con todos. Individuos, usuarios, clientes, asociaciones, corporaciones... La sociedad red ha hibridado los mundos *online* y *offline* y se han difuminado las fronteras de lo real y lo virtual. La transformación también se ha producido en el usuario que ha dejado de ser un mero receptor para pasar a tener la posibilidad de convertirse a la

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

vez en productor, emisor y consumidor de contenidos que se difundan socialmente. También han aparecido nuevos medios, nuevos soportes de reproducción, nuevos productos y nuevas formas de consumo de esos productos. La decisión de cuando acceder a la oferta de los medios se ha trasladado de la programación de difusión que pauta el propio medio a la toma de iniciativa de la audiencia que se ha vuelto autónoma y activa y ya decide qué y cuando se relaciona y se comunica.

Con la pantalla como símbolo, el *VII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* ha aglutinado en diciembre de 2015 a investigadores de todos los ámbitos de la comunicación para compartir los avances en investigación y para reflexionar sobre retos y oportunidades que hacen aún más atractivo un universo tan cambiante. Ahora, este nuevo *Cuaderno Artesano* es una oportunidad de revisar y consultar las aportaciones al Congreso para prolongar la cita como escenario de divulgación y, a la vez, para seguir el debate y el intercambio de ideas. Es, a la vez, una muestra del esfuerzo del equipo de editores y un modo de evaluar si realmente la pantalla es epicentro de la interacción social porque *Cuaderno* incita a pensar en libro, *Artesano*, arrima ese pensamiento hacia el soporte tradicional, pero es muy probable que la difusión en red propicie que el lector esté ahora ante una pantalla.

La reseña de ponencias que se han incorporado a este libro actualizado evidencia la poliédrica mirada que es necesario lanzar sobre la comunicación y pone de manifiesto la incesante actividad e investigación que se realiza en ámbitos académicos y profesionales para explicar qué es y hacia dónde va el complicado universo comunicativo. El congreso de Latina congrega a participantes de prácticamente todas las Universidades de España y a un elevado número de docentes investigadores de Universidades americanas.

La reflexión, la exposición, el debate y la discusión son una forma de enriquecer el patrimonio común que supone el conocimiento compartido en el área de Comunicación, pero también son una parte inexcusablemente ligada a la obligación (y al compromiso social) de divulgar los resultados de investigación. *Latina* es más. Es un ejemplo de comunicación interpersonal, de

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

punto de encuentro, de esfera de conocimiento y de reconocimiento de investigadores y de proyectos. Es comunicación tan de proximidad que sobrevive a la cada vez más omnipresente dependencia de relaciones vinculadas a pantallas. En la era de la videoconferencia y de las comunicaciones escalonadas con mensajes de voz o video en diferido, es como volver al calor social que marcaba la asistencia comunitaria a las viejas salas de cine, las de las grandes pantallas de tela blanca con marco negro y algún zurcido en medio.

La convocatoria del *VII Congreso* sintetizaba muy bien cómo hemos pasado de esa cinematográfica pantalla fija de tela a las primeras televisiones electrónicas. Y de ahí a hacer de la tv una pantalla omnipresente en cada estancia de cada casa hasta que irrumpieron los ordenadores fijos, los portátiles, las videoconsolas, los teléfonos móviles, los libros electrónicos y las *tablets*... “y a medida que se extendían y generalizaban todas esas terminales, se iban modificando los géneros, las salas de redacción, los formatos, los procesos de producción, los modelos de negocio, las prácticas comunicativas... y la cultura, que fluye y flota sin descanso en la pantalla insomne”.

La invasión de las pantallas ha sido estratégicamente silente. Mirando hacia atrás, el punto de inflexión no está ligado a la pantalla sino a la portabilidad del soporte, sobre todo a los teléfonos móviles que compitieron por hacerse cada vez más pequeños en una acertada estrategia empresarial para hacer necesario el consumo masivo de un producto que, en poco tiempo, no solo cambiaría la forma de comunicarnos sino que transformaría el modo de relacionarnos socialmente.

El primer objetivo era dar utilidad al teléfono más allá de realizar llamadas. Y llegaron los mensajes de texto casi a la vez que aumentaba la resolución de las cámaras de foto y vídeo que incorporaban. Las campañas para universalizar el uso se basaban en el diminuto tamaño del aparato y en la (aparente) gratuidad del terminal. El móvil se hizo universal y dejó de ser solo teléfono. Los modos de interrelación cambiaron y la posibilidad de producir y difundir contenidos con

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

el mismo terminal aumentaron exponencialmente el intercambio de material visual (fotos y vídeos).

Tenerlo pasó a ser incuestionable. Indispensable en todos los bolillos, el móvil ya no necesitaba ser pequeño, precisaba una pantalla de buena resolución en la que visionar, en la que leer, en la que escribir...La pantalla se volvió verdaderamente insomne, universalmente insomne, con tráfico y actividad permanente las 24 horas. Y asociada al móvil, lo que significa vinculada a los cambios en los hábitos de comunicarnos entre nosotros, como individuos, y socialmente, interactuando con las organizaciones y los actores/agentes de la esfera pública.

La autonomía del teléfono portátil nos convirtió en dependientes de la pantalla interconectada a la red: usuarios perennes, compradores potenciales disponibles permanentemente, individuos adosados a vinculaciones invisibles pero determinantes de nuestras conductas sociales e incluso de nuestros hábitos de conexión. Convencidos de ganar en independencia, sucumbimos al vínculo inconsciente de la presencia online en webs, en blogs, en redes sociales, en redes científicas, en redes de padres, en apps que acaban por ser redes... Inconscientemente también nos convertimos en algo así como trabajadores sin remuneración generadores de productos para consumo global que generan intercambios e interacciones que provocan negocios millonariamente rentables.

La pantalla insomne es una metáfora del nuevo encuadre de referencia de realidad en el que no basta con prestar atención a lo que se ve sino que hay que estar atentos a lo que queda en la parte de atrás, a lo que no se difunde. Al *backstage*. El poder de influencia social ya no solo es de los medios tradicionales, que no obstante se reservan ese rol porque conservan audiencias masivas y con ellos su capacidad de influencia. La pantalla insomne obliga a estados de vigilia permanente a los que aspiran a controlar los flujos comunicativos, a los que gestionan la orientación y el alcance de los mensajes. La transformación social que representa la pantalla afecta tanto a los ciudadanos como a los actores de todos los ámbitos de la comunicación: el modelo discursivo se ha transformado en un modelo circular, el mensaje ha

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

dejado de fluir por estructuras lineales donde el individuo era mero receptor a circular por entramados interconectados en los que se ha democratizado la capacidad de ser emisor (o reeemisor) de mensajes. Los públicos han ganado protagonismo porque la comunicación se realiza en pie de igualdad, sin la exclusividad de las empresas mediáticas en el control del acceso a los canales de distribución de mensajes.

Los ciudadanos enjuician, valoran, cuestionan, denuncian, informan,.... No solo la pantalla es insomne: el ojo que la vigila no descansa pendiente de lo que la deja ver y avizor de lo que hay detrás: de lo que no se quiere que salga y de lo que se puede saber sin que se diga. El rastro de nuestras actuaciones en *smart* televisiones, en lectores de eBooks, en tablets, en el móvil y en el portátil dice más de nosotros de lo que creemos y sabemos que dice. Se analiza todo: qué, cuándo, dónde, con quien se hace y lo que no se hace. Y lo que hacen aquellos con los que interactuamos porque también aportan información sobre nosotros como miembros de una colectividad de comparte hábitos, o valores, o formas/estilos de vida.

En el reverso de la pantalla, la hipersegmentación lleva hasta extremos insospechados el nivel de conocimiento que se puede tener del usuario conectado a la red. Nos ofrecen la posibilidad de enjuiciar y la iniciativa de crear y emitir mensajes a cambio del hilo que, a modo de rastro, vamos dejando cada vez que nos conectamos, cada vez que activamos la pantalla. Como las migas de Pulgarcito, pero en versión siglo XXI: seducidos por lo que representa la pantalla e inconscientemente perdidos en su *backstage*.