

Redes sociales: Preocupación no, sino ocupación por la nube

24/02/2015



Días atrás llamé al Centro de Investigaciones del ICRT para que me ofrecieran algunos datos de teleaudiencia. La investigadora que me atendió, al comentarme algunos porcentajes, me dijo que ya se sentía la presión de ofertas alternativas a la TV.

Sé que estos estudios, por el poco presupuesto de que disponen, no son todo lo confiables que una quisiera, pero devienen una herramienta para saber "hacia dónde van los tiros". Ya nos dicen que en una sociedad donde películas, series, programas, noticias, fotos caminan en memorias flash o en circuitos cerrados creados por tres o cuatro usuarios, especialmente entre jóvenes, la televisión tradicional va cediendo camino a otras formas de acceder al audiovisual.

Todo parece indicar que el periodista e investigador de los medios de comunicación, Ignacio Ramonet, tiene razón cuando advierte que la TV como la "vivimos" hoy, va hacia el cadalso. El estudioso afirma que ya en las sociedades conectadas Usted puede estar viendo un noticario, pero tiene que salir; lo sigue en el teléfono y termina de verlo en la computadora de su oficina.

Para llegar a ese estado, además de vencer algunos prejuicios, a Cuba le falta tecnología que es decir mucho dinero para tener una televisión digital generalizada y el acceso a INTERNET desde cualquier lugar. Lo que cuesta esa inversión no son tres quilos. Por lo tanto esa no es la realidad hoy, ni de mañana, sin embargo ¿quién dice que en Cuba no circulan los números musicales más exitosos de You Tube? Sólo quien tenga un paño bien grueso en los ojos y unos tapones impenetrables en los oídos, puede negar la invasión de todo tipo de audiovisuales que circulan por las redes. El cómo sucede no lo sé, pero los culebrones que son exitosos aquí sólo tienen 24 horas de diferencia con su estreno en el país de origen.

Reed Hastings, el director de NETFLIX, la empresa comercial estadounidense de entretenimiento, cuyo meganegocio es el video en línea con 59 millones de suscriptores, aseguró hace poco que “la televisión lineal habrá desaparecido en veinte años porque todos los programas estarán disponibles en Internet”. Un investigador estadounidense Jeffrey Cole, profesor de la UCLA (Universidad de California, Los Ángeles), experto en medios en Internet y redes sociales, dice: “En la sociedad conectada la televisión sobrevivirá, pero disminuirá su protagonismo social; mientras que las industrias cinematográfica y musical podrían desvanecerse”.

Quizás son apreciaciones catastróficas porque a finales del siglo XIX, con el surgimiento del cine, hubo un grito unánime: “¡Murió el teatro!”. Años después, cuando nació la televisión, se apostó por el adiós al cine. Ahora con el desarrollo de nuevas tecnologías se aventura la defunción de la televisión. No lo creo: con cine, radio y televisión el teatro sigue existiendo. Por supuesto, el teatro de hoy no es igual al que se generó en la época griega ni en la isabelina, pero es TEATRO. Incluso, mañana podemos disfrutar en una computadora un estreno londinense de hoy, aunque nos perderíamos esa comunicación única que se establece entre los actores en el escenario y su público en la sala.

Tengo un buen amigo italiano, filósofo por formación, Dario Mogno que un día me dejó con la boca abierta “¿Para qué voy a ver a Pavarotti en la Scala, si lo tengo en mi casa? Uno de mis cuartos tiene un televisor de gran pantalla y cuando se proyecta algo bueno y nuevo ese es en el “cine familiar”. Darío vio “con la mayor calidad”, según sus palabras (y supongo que repita el consumo de las mejores), una buena parte de películas cubanas. Incluso, la última vez que nos vimos, me contó de su intercambio de filmes, vía internet, con unos jóvenes argentinos. Lo de Pavarotti ¡no lo puedo entender! Yo daría cualquier cosa por haberlo disfrutado en vivo. Pero ya no puede ser. Escuchando a Ramonet durante el pasado festival de cine, cuando decía que la televisión dejaría de ser lo que es hoy, me acordé de mi amigo Darío.

En una sociedad conectada la tv puede pasar a ser el cine hogareño: una gran pantalla y la proyección de lo mejor que circula en esa galaxia que es internet: pura ciencia-ficción para los jóvenes que acariciaban un disco con música de los Beatles en los años 60 del siglo pasado. El desarrollo tecnológico nos apabulla cuando lo vemos a distancia ¿hasta dónde llegarán las inteligencias artificiales?

Ramonet escribió hace unos días: “De ahora en adelante, el televisor estará cada vez más conectado a internet (es ya el caso en Francia para el 47 por ciento de los jóvenes de entre 15 y 24 años). El televisor se reduce a una mera pantalla grande de confort, simple extensión de la Web que busca los programas en el ciberespacio y en Cloud (“Nube”). Los únicos momentos masivos de audiencia en vivo, de “sincronización social” que siguen reuniendo a millones de telespectadores, serán entonces los noticiarios en caso de actualidad nacional o internacional espectacular (elecciones, catástrofes, atentados, etc.), los grandes eventos deportivos o las finales de juegos de emisiones de tipo reality show.”

Todo esto sólo despertaría el aplauso si nos limitáramos al lado bueno: las redes sociales pueden servir para un buen intercambio entre los movimientos sociales, realizar intervenciones quirúrgicas a distancia mediante tele conferencias; que dos o más científicos trabajen juntos aunque uno esté en Oslo, otro en Brasilia y el tercero en París; ser una ayuda para encontrar amigos, medicinas y conocer... pero, vuelvo a Ramonet “hay que considerar que el hecho de que Internet esté tomando el poder en las comunicaciones de masas significa que las grandes empresas de la Galaxia Internet –o sea, Google, Facebook, You Tube, Twitter, Yahoo!, Apple, Amazon, etc.– todas ellas estadounidenses (lo cual en sí mismo ya constituye un problema...) están dominando la información planetaria. Marshall McLuhan decía que “el medio es el mensaje”, y la cuestión que se plantea ahora es: ¿cuál es el medio? Cuando veo un programa de televisión en la web, ¿cuál es el medio? ¿la televisión o Internet? Y en

función de eso, ¿cuál es el mensaje?"

Al decir del especialista francés "No nos olvidemos de que una sociedad conectada es una sociedad espiada, y una sociedad espiada es una sociedad controlada."

Con nuestros pobres recursos ¿qué hacemos? ¿nos cruzamos de brazos o usamos ese inmenso capital humano cultivado en Cuba? No son pocos los profesionales pre-ocupados por esta avalancha colonizadora que se nos viene arriba, ahora mucho más que antes.

Tengo una brillante amiga que hace poco, casi como un ruego religioso, me deseó que tuviera acceso al ciber con la misma velocidad que lo hacía ella. Se lo agradezco, pero no tengo derecho a obnubilarme con ese avance. Las autopistas son una maravilla para recibir y trasladar información...pero junto al diez por ciento buena, circula un veinte regular y el resto mala. ¡Y pensar que casi el 30 por ciento de los adultos de EE UU se informa a través de Facebook y el 20% del tráfico de las noticias proviene de esa red social! ¡¡¡¿¿¿Cómo es posible??!!

Es cierto que en esa red se reproducen muchas noticias, anuncios de libros, incluso poemas pero ¿informarme con FB? No me cabe en la cabeza, tiene demasiadas boberías. Pienso que junto a la pre-ocupación de no pocos especialistas, hay una parte no despreciable que tiene una mirada totalmente acrítica hacia las redes.

En lo personal siento que la televisión, la radio, los sitios web, incluso los "simples" correos electrónicos en Cuba, son pocos agresivos en contra de un pensamiento hegemónico que nos llega desde el norte, ahora envuelto en un papel suave, pero tan anexionista como décadas atrás.

Somos capaces de circular textos que en nada ayudan a la defensa de la nación cubana, al contrario. La televisión, que sigue siendo un poderoso medio, utiliza no pocas veces un lenguaje viejo para tratar diversos asuntos y donde más lo hacen –desgraciadamente- es en la historia.

Hace poco escribí "Pienso que en esta vorágine de producción audiovisual y radiofónica, la televisión y la radio de servicio público pueden y deben jugar un importante papel de esclarecimiento y confrontación. Tanto en un medio como en otro deben existir espacios en los que los ciudadanos puedan escuchar opiniones, incluso divergentes, sobre lo que en ese momento haya alcanzado la cumbre en el famoso You Tube o en series, musicales, noticias... que circulan en el mercado audiovisual, también conocido popularmente en Cuba como "el paquete de la semana".

Insisto en que la promoción es vital. Los programas mejor realizados, los que llevan un genuino mensaje de cubanía y cultura, tienen que ser publicitados de manera inteligente. A nivel mundial aún la TV es un medio importante: esa importancia hay que dársela a la nuestra, desde recursos hasta la posibilidad de competir con lo que inevitablemente nos llega, pero no desde la imitación a lo banal y tonto, sino con propuestas atractivas y edificantes.

Acabamos de ver UNO (Unidad Nacional Operativa), que no se hizo en Brasil, New York o Buenos Aires, sino en

La Habana ¿acaso no atrapó a los televidentes? *Vivir del cuento* es el programa de más alta teleaudiencia en nuestro país y además circula en el “paquete semanal” desde un buen tiempo atrás.

Entonces se puede y sería mucho mejor si todos los implicados en conseguir un producto audiovisual bueno, raigalmente cubano y atractivo, se pongan de acuerdo en hilar un poderoso medio aún, aunque poco a poco se nos ha hecho menos eficaz en comparación con eso que todavía se llama nuevas tecnologías, y que a la vuelta de una década también... serán viejas.

