

‘Homo Screen’: el humano pantallizado

Nuestra era se caracteriza por la importancia de la pantalla como principal interfaz cognitiva y elemento común de todas las formas comunicativas mediadas. Si a lo largo de los siglos hemos conocido expresiones como *homo ludens*, *homo sacer* u *homo faber*, ¿por qué no hablar, en este siglo XXI marcado por una explosión sin precedentes de pantallas, de un nuevo *homo screen* u *homo pantalicus* caracterizado por su estrecha relación y dependencia de la pantalla?¹

No cabe duda de que nuestra era está dominada por pantallas, pantallas de diversos tipos y tamaños, pantallas públicas y privadas, pantallas verticales y horizontales, pantallas móviles y estáticas, pantallas individuales, familiares y multitudinarias, etc.

Las pantallas se han convertido en el elemento común de nuestras experiencias mediáticas y de nuestras relaciones y comunicaciones con los demás. Tanto es así, que hoy parece imposible imaginar un mundo sin pantallas, un mundo en el que nuestro día a día no se caracterice por la mirada o manipulación de algún tipo de pantalla, tanto en nuestros espacios personales y de ocio como en nuestros espacios de trabajo.

Las pantallas se han convertido en el dispositivo técnico que todos compartimos, y mediante el cual nos relacionamos, comunicamos y trabajamos. Las pantallas son hoy nuestro marco común, la puerta que abrimos diariamente para experimentar nuestra cotidianidad y acceder a distintos tiempos y lugares, pasados, presentes y futuros. Pero, ¿qué es una pantalla hoy?

La pantalla ha dejado de ser únicamente una superficie de proyección de imágenes en movimiento en una sala oscura, como la pantalla cinematográfica, la pantalla dominante durante toda la primera mitad del siglo XX. La pantalla tampoco es ya únicamente una superficie de emisión de imágenes en movimiento que observo desde mi propio hogar, como la pantalla televisiva, la pantalla dominante durante casi toda la segunda mitad del siglo XX. La pantalla es hoy muchas cosas más además de esto. La pantalla se ha multiplicado y diversificado de tal manera que la pregunta sobre qué es una pantalla en la actualidad se torna extremadamente compleja.

La pantalla se ha multiplicado y diversificado de tal manera que la pregunta sobre qué es una pantalla en la actualidad se torna extremadamente compleja

Las pantallas del cine y la televisión, el tipo de pantallas dominantes durante gran parte del siglo XX y los modelos sobre los que cuales hemos construido en gran medida nuestro concepto e imaginario de pantalla, se

ven acompañadas en la actualidad por un nuevo mercado de pantallas que difieren de estas pantallas tradicionales en múltiples aspectos: tamaño, diseño, brillo, resolución, portabilidad, interactividad, tactilidad, etc. Así, junto a las pantallas del cine y la televisión, hoy tenemos pantallas de PC, pantallas de ordenadores portátiles, pantallas de videoconsolas portátiles, pantallas de teléfonos móviles, pantallas de reproductores de música portátiles, pantallas de tabletas, pantallas de relojes inteligentes, etc. Asimismo, hoy también es posible encontrar (y en algunos casos manipular) pantallas en espacios y situaciones donde tradicionalmente no había o eran poco frecuentes, como por ejemplo en trenes, aviones, autocares, metros, plazas públicas, centros comerciales, bares, restaurantes, gimnasios, estadios de fútbol, escuelas, universidades, conciertos, festivales, etc.

Esta multiplicación de pantallas ha cambiado profundamente el significado y alcance de esta palabra, pues una pantalla es hoy tanto la tradicional pantalla cinematográfica que miro cuando voy al cine, como la pantalla del tren en el que viajo, la pantalla de ordenador con la que trabajo, o la pantalla del teléfono móvil con la que escribo y me comunico con mis amigos o con la que interactúo diariamente en las redes sociales. El resultado de todo ello ha sido, por emplear una expresión de Robert Stam (2001: 367), una “proliferación polisémica” de pantallas que dificulta cualquier intento de definición sencilla de pantalla y que admite, por el contrario, una pluralidad de significados para la misma palabra. Así, el signo “pantalla” se multiacentúa (Voloshinov, 1976), pudiendo ser interpretado diversas veces y con diferentes propósitos según los contextos sociales y culturales particulares en los que se usa. Por eso, como sugiere Acland (2012), la pregunta sobre qué es una pantalla hoy sólo puede ser respondida de manera situada, es decir, ateniendo al contexto en que es usada.

Así pues, si en la actualidad la pantalla admite una pluralidad de significados también admite una pluralidad de usos sin precedentes en su ya larga y variada historia². Con la pantalla puedo hoy no solo ver una película o un programa de televisión, sino también jugar a un videojuego, escuchar música, hacer fotografías, grabar vídeos, escribir mensajes, realizar llamadas, difundir noticias, aplicar filtros, navegar por la red, postear, comentar, bloquear, tuitear, “shazamear”, “wasapear”, etc. La pantalla adquiere así un carácter multifuncional especialmente visible en la de los actuales teléfonos inteligentes, verdaderos objetos-pantalla e innegables iconos de nuestro tiempo mediante los cuales no paramos de hacer cosas: escribir, chatear, escuchar, llamar, jugar, etc., y todo ello en el espacio diminuto de una pantalla que siempre nos acompaña y que forma parte ya de todos nosotros.

La pantalla del teléfono inteligente es hoy una autentica pantalla-convergente en cuyo espacio tenemos a nuestra disposición todos los avances comunicativos de la historia del ser humano, dispuestos para ser activados y utilizados en cualquier momento. Como señala Derrick de Kerckhove: «La convergencia se centra actualmente en el teléfono móvil. El teléfono móvil se está convirtiendo en un compendio de toda la historia de nuestros principales medios de comunicación, desde la palabra oral y escrita hasta el telégrafo, el teléfono, la radio, la fotografía (cine), la fonografía, el vídeo, la televisión, todos los aparatos de grabación, el ordenador, el correo, el fax, el correo electrónico, las comunicaciones por satélite (GPS/GPRS), internet y el web. Ya va más allá del web con el podcasting y videocasting. La convergencia también la expresa la implosión del mundo en el cuerpo humano a través del teléfono móvil. En resumen, todos los datos convergen en nosotros, los usuarios» (Kerckhove, 2005: 4).

La pantalla es hoy en día parte central de nuestra identidad y de nuestro ser

social, pues a partir de ella gestionamos nuestro yo y nos comunicamos y relacionamos con los demás

Por todo lo anterior, no es extraño pensar que nuestra dependencia creciente de las pantallas -y en especial, de esa “pantalla de pantallas” que es hoy el teléfono inteligente- como dispositivos de trabajo, ocio, socialización y muchas cosas más, está dando lugar a la emergencia de un nuevo tipo antropológico, una especie de *homo screen* -si se nos permite la expresión- que tiene en el dispositivo pantalla un elemento fundamental de su ser y estar en el mundo. Así, si a lo largo de los siglos hemos conocido expresiones como *homo ludens*, *homo sacer* u *homo faber* -y otras más recientes como *homo videns* (Sartori, 1998) u *homo sampler* (Fernández Porta, 2008)-, ¿por qué no hablar, en este siglo XXI marcado por una explosión sin precedentes de pantallas, de un nuevo *homo screen* u *homo pantalicus* (Lipovestky y Serroy, 2009; 2010) caracterizado por su estrecha relación y dependencia de la pantalla como parte integral de su vida cotidiana?

Esta “condición pantallológica” del ser humano ha sido anticipada por diversos autores a lo largo del siglo XX, desde el filósofo Gilles Deleuze en frases proféticas como “la pantalla, es decir, nosotros mismos” hasta el famoso título del libro de Sherry Turkle *La vida en la pantalla*. Pero no ha sido hasta la generalización durante el nuevo milenio de las pantallas de ordenadores portátiles, tabletas y sobre todo teléfonos inteligentes, que la emergencia de este *homo screen* se ha hecho plenamente visible en nuestras sociedades, con todos esos sujetos “a-una-pantalla-pegados” que observamos diariamente caminando, conversando y (auto)fotografiando en todo momento personas, paisajes y objetos de toda clase y condición.

La pantalla es hoy en día parte central de nuestra identidad y de nuestro ser social, pues a partir de ella gestionamos nuestro yo y nos comunicamos y relacionamos con los demás. “La pantalla, es decir, nosotros mismos”, porque separar la pantalla de las personas resulta cada vez más difícil en un mundo en el que este dispositivo se ha convertido en nuestra principal interfaz cognitiva (Kerckhove, 2005) y en el elemento común de todas las formas comunicativas mediadas, tanto para individuos como para organizaciones (Cardoso y Lima, 2013). Como escriben Lipovetsky y Serroy: «El homo sapiens se ha vuelto *homo pantalicus*; hoy nace, vive, trabaja, ama, se divierte, viaja, envejece y muere rodeado de pantallas que lo muestran, cuando es feto, en las ecografías, que desde los primeros meses le ofrecen televisión especialmente concebida para bebés, que le proponen encontrar su alma gemela o compañía de una noche en foros de contactos y que llegan a proponerle que elija su ataúd y su modelo de tumba, si lo desea, consultando los sitios web apropiados y tramitando el pedido» (Lipovetsky y Serroy, 2010: 85).

En definitiva, de tanto ver y manipular pantallas el ser humano ha terminado “pantallizándose”, fundiendo sus manos, sus ojos y su cerebro -“el cerebro es la pantalla”, dijo también Deleuze- en esas pantallas móviles y estáticas, públicas y privadas, verticales y horizontales, por las que se mueve, incansable, durante su rutina diaria y durante su tránsito por este (y otros) mundo(s).

Acland, Ch. R. “The Crack in the Electric Window” en *Cinema Journal* (2012, 51, No. 2, pp. 167-171).

Cardoso, G. y Lima, T. (2013): “Sociología de la mediación y de las pantallas”. En G. Cardoso (Ed.), *Sociología de las pantallas*. Barcelona, Editorial UOC, pp. 13-20.

- Fernández Porta, E.** (2008): *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona, Anagrama.
- Kerckhove, D. de.** "Los sesgos de la electricidad" en *Lección inaugural del curso académico 2005-2006 de la UOC*, Barcelona, 2005. Disponible en: <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf>
- Lipovetsky, G. y Serroy, J.** (2009): *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J.** (2010): *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona, Anagrama.
- Márquez, I.** (2015): *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*. Barcelona, Anagrama.
- Sartori, G.** (1998): *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- Stam, R.** (2001): *Teorías del cine*. Barcelona, Paidós.
- Voloshinov, V. N.** (1976): *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.