

La gente que sabe qué es una tele Full HD...

La gente que sabe qué es una tele Full HD es la misma que luego graba videos con el móvil en vertical (o el hackeo en la economía de la contribución)

Hace tres años en el contexto de la industria de la producción audiovisual se lió parda. Final Cut, el software profesional de edición de vídeo de Apple dejó de ser profesional. Después de más de diez años de desarrollo y justo cuando millones de clientes dependían de esta aplicación, Apple decide actualizar la versión eliminando funciones y cambiando la interface con el objetivo de venderla a usuarios amateurs. Más de 8.000 profesionales de todo el mundo enviaron una petición a la compañía para que liberara el código. Y Apple, como no, pasó de ellos. Es lo que tienen los códigos cerrados, que generan dependencia y cuando te dejan tirada, te dejan tirada pero bien. Lo que la compañía de software estaba haciendo era, en realidad, adaptarse al cambio de paradigma tecnológico y económico: en el mundo hay millones de usuarios de vídeo, sin embargo, profesionales del audiovisual no tantos. Haces una herramienta más sencilla y efectiva, le bajas el precio y vendes más. Fácil.

Una pregunta habitual que escucho entre los editores de video es, “Oye, tú te has pasado a la versión X? Qué va, sigo en la 7 hasta que pueda.” Los editores de video que se niegan a pasar a la versión menos profesional están en realidad intentando defender su denostado oficio y, también, de paso, su dignidad. Y es que cualquier buen aficionado al vídeo tiene hoy casi los mismos conocimientos técnicos y creativos que un profesional. Bernard Stiegler [1] afirma que el nivel de conocimientos técnicos del sujeto medio ha aumentado de forma considerable.

“El desarrollo de la informática, del audiovisual y de las telecomunicaciones que convergen en la digitalización, constituye un nuevo estadio de la reproductibilidad tal y como ella se vuelve accesible a casi todos y a costo casi nulo, lo que permite súbitamente a toda suerte de actores acceder a funciones que no eran hasta entonces accesibles más que a profesionales.” [2]

Si además añadimos el factor de que todas las personas somos creativas (no nos queda otra), el resultado es que hay cantidades ingentes de peña generando contenidos para Youtube. Y no, esas personas no son precisamente los profesionales del audiovisual que se niegan a pasarse a la última versión de Final Cut. Stiegler denomina este nuevo paradigma como la era de la economía de la contribución, la cual se produce gracias a nuestra participación en las redes sociales. Nos hemos convertido en productores y consumidores de nuestra propia producción. No se trata de una “economía de la posesión (y por tanto de la propiedad) sino una economía de la implicación y de la circulación de una energía libidinal que está engendrada por el intercambio en el curso del cual se produce una acumulación distribuida más bien que captada” [3] Entonces, calla, que si en la era de la economía de la contribución los amateurs son los nuevos currelas, el software de Apple continúa siendo una herramienta profesional.

“Yo no soy tonto. Sé perfectamente cuál es la diferencia entre una tele HD y una Full HD. Pero qué más te da si todavía no emiten en Full HD.” Cuidado con esa gente que sabe lo del Full HD, que es la misma que luego sube [canciones](#) preciosas a Youtube y le ponen unas imágenes horribles y mal animadas. Admitámoslo, la estética Power Point forma parte del imaginario hegemónico. [4] Pues espera, que esa gente también es la que graba a sus hijos con el móvil en vertical. Todos somos creativos pero unos más que otros y, conocimientos técnicos sí, pero limitaditos. Tanto se está yendo la cosa de las manos que han sacado una [campaña](#) [5] para acabar con la lacra de los videos verticales. Vaya, que nos aprendemos la lección pero no para sobresaliente. Y es que en el fondo siempre encontramos pequeñas resistencias (involuntarias o no). No sabemos lo que hacemos pero lo hacemos y, otras veces, sabemos lo que hacemos perfectamente y además lo hacemos adrede. Efectivamente, los

contribuyentes hemos fijado unos saberes pero también les sabemos dar la vuelta. Y ahora en serio, la cultura hacker es capaz de invertir las relaciones en la era de la economía de la contribución. Hackear es apropiarse de las herramientas y de las redes para darles otros usos. Somos amateurs, sí, pero amateurs rebeldes:

“Se puede y se debe evidentemente imaginar economías de la contribución que no reposen en la figura del aficionado. Sin embargo, es sobre todo a través de las prácticas culturales y las nuevas figuras del aficionado que ellas engendran en el nuevo entorno relacional –a la vez bajo la forma a veces demasiado sabia que constituye la cultura del hacker, y en el sentido en que el intercambio de ficheros musicales constituye un embrión de práctica musical amateur como expresión de una elección y de un acto de administrar samples–, que se desprende el ideal-tipo de lo que es el contribuyente, haciendo emerger una economía de la contribución que nadie ha querido y que contraría en realidad los intereses de todos aquellos que querrían proteger su capacidad de querer, es decir, su poder.”

Si la industria cultural ha dejado paso a la era de la economía de la contribución donde las figuras clave son el amateur, por un lado y el hacker, por el otro ¿dónde han ido a parar lxs antiguxs profesionales de la industria audiovisual que siguen usando la versión antigua de Final Cut? Desde mi punto de vista Stiegler se deja, al menos en el artículo aquí citado, un elemento fundamental que alimenta también la economía de la contribución: lxs precarixs. Y es que todos somos aficionados pero solo alguno es profesional (bien retribuido). Si eres realizador es más fácil petarla con un video en internet y recibir algo de pasta de Youtube que cobrar dignamente por realizar un documental o un video corporativo para una mediana empresa (y no tan mediana). Pero el fenómeno importante aquí es el hecho de que en cada uno de los trabajadorxs creativos precarixs se inscribe la pasión del amateur a la vez que disponen de los conocimientos del profesional. Y, sobre todo, lo que se tiene bien interiorizado es la promesa de que un día su situación mejorará. Esa promesa es la potencia que hace funcionar al motor de la maquinaria.

¿Qué hacer, entonces, si eres unx de estxs precarixs?

1. Adaptarse: hazte emprendedor si tienes perras o youtuber si eres joven y vives con tus padres. Realiza videos gratis para la red hasta que tu valor se incremente y a ver qué pasa. Si eres pobre o/y viejx esta opción la veo complicada y, sobre todo, olvídate de hacer videoclips.

2. Resistir: aprieta los puños y aguanta como un campeón. Sigue aceptando los curros precarios y tira de redes afectivas para el sostenimiento de la vida y el pago de las facturas. Mientras tanto puedes quejarte del tema autónomos y el IVA, ir visibilizando el problema mediante campañas ingeniosas en internet e intentar recuperar la solidaridad obrera y el apoyo mutuo entre tus compas del gremio. [6]

3. El crowdfunding (ay!): [sácale un poco de pasta a tus redes cercanas](#) y a algún que otrx mareadx y tira adelante un proyecto con los mínimos recursos. Para un curro ok, pero y para los siguientes funcionará la misma fórmula? Pasará tiempo hasta que hagas otro crowdfunding.

4. Cooperar: móntate una cooperativa y cambia la econ... OH, WAIT. Las cooperativas a priori son cool, pero si sigues planteando el trabajo desde el paradigma de la industria cultural y la vieja división entre productor y consumidor esta fórmula no sirve. Atención: tú y tus amigxs os vais a seguir auto explotando. ˘(˘)˘

No se puede dejar toda la responsabilidad de cambio sobre un modelo de organización de trabajo que está diseñado para el contexto del capitalismo industrial. Cooperativas de producción audiovisual sí, pero intuyo que solo funcionan si atendemos al cambio de paradigma productivo. No solamente necesitamos hackear las redes desde nuestra posición de amateurs y contribuyentes, que ya lo hacemos de normal con mucho gusto y mala leche, sino que en esta nueva economía de la contribución necesitamos hackear las relaciones que la sostienen para que ésta se convierta en una economía, no de la contribución, sino de la redistribución. Al menos la redistribución puede ser una medida de contención hasta que el dinero sea definitivamente gratis y podamos centrarnos en lo que habíamos venido a hacer: vivir bien y A TOPE.

[1] [Bernard Stiegler](#) es director del Institut de recherche et d'innovation (IRI) Centro Pompidou París.

[2] Bernard Stiegler *El design de nuestras existencias en la época de a innovación ascendente*. París. Fayard, 2008

[3] Bernard Stiegler *El design de nuestras existencias en la época de a innovación ascendente*. París. Fayard, 2008. Este artículo me lo pasó J.M. Català

[4] A l'@eleptic le pone malo que la gente ponga fotos en las canciones que suben a Youtube, así que le tomo prestado su raye.

[5] Esto se lo he cogido al @xapo_ que lo tuiteó pero no encontramos el tuit original ni él ni yo. La red tiene memoria pero ahora no me acuerdo dónde.

[6] Ejemplos de resistencia y visibilización como la [Encuesta anónima](#) realizada para averiguar las retribuciones salariales de lxs periodistas en el Estado Español. O la [denuncia pública](#) que CNT le ha hecho a la revista Playground. O la reciente creación de la [Associació de Muntadors i Postproductors de Catalunya](#).

Gracias a Lucía Litjmaer que además de leer rápido apunta cosas clave.