

## Las Industrias Culturales en debate

Por Norberto Luis Griffa

Agradezco a las autoridades de la Academia Nacional de Educación la invitación para participar en este debate sobre las Industrias Culturales; la brillante introducción del Académico Pedro Luis Barcia., y muy especialmente a la Académica Ana Lucía Frega, gestora de esta idea y de esta invitación que constituye para mí un gran honor. Agradezco a todos Uds. vuestra presencia.

Someter a debate las Industrias Culturales implica, primero, que nos preguntemos qué es hoy una industria cultural. Pero, si se considera que en la raíz de este fenómeno social se encuentran también imbricadas la sociedad y la vida del hombre del siglo XX y su proyección en el siglo actual, estamos obligados al mismo tiempo a remitirnos a la situación originaria que permitió pensarlas y nombrarlas.

Las Industrias Culturales, en tanto objeto de estudio, representan un tramo de la cultura ligado a la transmisión de valores simbólicos, a la configuración del imaginario y del cuerpo físico del hombre a través de una tecnología mecánico-reproductora o mediante sistemas informático-digitales. Hablamos de cine, de televisión, de edición de música y de textos. Y en este concepto está implícito el cambio en la forma de producción del hombre fabricante y en sus formas sociales de vida. Es el traspaso de una sociedad industrial a una sociedad de la información.

La expresión Industrias Culturales todavía nos hace cierto ruido, como si se hubiesen unido dos términos que tienden a fines y prácticas diferentes. En rigor, nos hace ruido porque el concepto “industria” está ligado al proceso económico, a la transformación de una determinada materia prima, mientras que “cultura” devino en un término centrado en la actividad espiritual del hombre.

Persiste todavía, en esta división, un fuerte resabio de la tradición occidental que separa Materia y Espíritu. Pero si antes el problema era cómo la Materia se elevaba al plano del Espíritu, hoy la cuestión pasa por cómo el Espíritu del hombre se encarna en la Materia, se apodera de ella, la transforma y hasta la destruye.

La “industria”, en todo caso, como forma artificial de producir un objeto, es ciertamente la actividad característica de la especie humana, en tanto especie fabricante. No en vano hablamos de *homo faber*, del hombre que pasa del uso de la mano a las herramientas, de las herramientas a las máquinas y, siguiendo la periodización de

Flusser<sup>1</sup>, de las máquinas a los aparatos. La revolución industrial, en la que la tecnología estaba representada por el instrumento “máquina”, significó la aplicación de conocimientos científicos para activar fuerzas (desde el vapor a la energía electromecánica) que permitieran, a su vez, la producción de objetos en un sistema seriado, mecanizado y masivo: 1) La producción en serie permite la obtención de objetos iguales y por lo tanto fungibles, intercambiables y reemplazables unos por otros; 2) la mecanización reemplaza asimismo funciones humanas y acelera los procesos de producción hasta llegar a los niveles de velocidad extrema de nuestra vida actual; y 3) lo masivo extiende el mercado a niveles impensables. El criterio de producción comienza a ser pensado en el sentido de expansión del mercado de consumidores

La relación simétrica entre industria y mercado es un eje fundamental desde el comienzo de la Revolución Industrial. Mayor consumo = mayor producción; menor costo = mayor ganancia. Esta relación mercado-producción adquiere en la actualidad características muy diferentes. Vale la pena mencionar algunas de las consecuencias implícitas de este modelo de producción, como por ejemplo el sentido que adquieren en él los conceptos de “perfección”, “igualdad” y “homogeneidad”. Producir es reproducir. Reproducción infinita de lo mismo. Un mínimo de diferencia es error. El error es siempre una catástrofe para la serie. La máquina se hace el centro. Y el operario o el obrero, que debe funcionar con el ritmo automático de la máquina, se transforma también en una entidad fungible, a diferencia del artesano, que mantiene la cualidad de lo distinto e incluso la del error. Dice Flusser: “En el caso de la herramienta, el ser humano es la constante y la herramienta es la variable: el sastre está sentado en medio del taller y si se le rompe un alfiler, lo cambia por otro. En el caso de la máquina, está situada en medio del taller y si uno de los seres humanos se hace demasiado viejo o se pone enfermo, el dueño lo cambia por otro.”<sup>2</sup> (Chaplin, en *Tiempos modernos*, hizo una semblanza entre crítica, irónica y burlesca de este período, que en sí misma vale un tratado de sociología y también de ética).

¿Y la cultura? Recordemos el concepto de *paideia*, expresión que en Grecia ligaba educación y cultura. Los griegos perseguían “la formación de un alto tipo de hombre”, dice Werner Jaeger. “Para ellos la educación representaba el sentido de todo el esfuerzo humano. Era la justificación última de la existencia de la comunidad y de la individualidad humana.”<sup>3</sup> Recordemos también que esta formación -al menos en ese

<sup>1</sup> Flusser Vilém. La filosofía del diseño. Capítulo 6. Ed. Síntesis. España.2002, pág.51.

<sup>2</sup> Ob.cit , pág. 54

<sup>3</sup> Jaeger Werner, *Paideia*. Fondo de Cultura Económica, México, 1967, pág.6.

ínfimo tiempo de la historia humana que fue el llamado Siglo de Pericles- apuntaba al conocimiento de sí mismo (Sócrates) y a esa trilogía idílica de grandes valores: la Verdad, el Bien y la Belleza (Platón). Y pese a haber sido la sustancia cultural de Occidente, ya sea en su reinterpretación por el cristianismo o en el hombre moderno a partir del Renacimiento, las huellas de ese ideal al que debía tender la vida humana perviven en nuestra memoria como un texto lejano y borroso.

El hombre actual, el llamado postmoderno, es en realidad la transición entre el fin de la modernidad y un mundo “en construcción”. Este hombre vive en una sociedad de masas en donde la cuestión de la cultura se plantea como un derecho de todos. Pero mientras que los griegos, pese a vivir en un sistema que sostenía la esclavitud, planteaban una cultura universal, nosotros debemos enfrentar la diversidad.

La verdad tiene ahora un carácter más relativo, fragmentario y pragmático: su modelo hoy en día es la ciencia. Para un artista actual, la belleza es un valor contingente; el arte incorpora la fealdad, aunque la vida social se haya estetizado. El Bien, idea mística por excelencia, devino en atención a las necesidades sociales. Los valores pasaron a una escala humana y no trascendente.

“Hoy estamos acostumbrados a usar la palabra cultura no en el sentido de un ideal inherente a la humanidad, heredera de Grecia, sino en una acepción mucho más trivial que la extiende a todos los pueblos de la tierra, incluso a los primitivos. Así, entendemos por cultura la totalidad de manifestaciones y formas de vida que caracterizan a un pueblo. La palabra se ha convertido en un simple concepto antropológico descriptivo. No significa un alto concepto de valor, un ideal conciente.”<sup>4</sup>

Es por eso que hablamos de “culturas” y no de “la Cultura”, y es por eso que consideramos como valores tanto a la diversidad como al sustento de lo diverso. De este modo se hace innecesaria la división entre alta y baja cultura: encontramos diversidad dentro de la misma cultura y en culturas diversas que operan en un nivel de igualdad en el universo de la vida social. “¿Es más culto quien sabe reconocer un traje de Armani por la calle que quién leyó el Quijote?”, se pregunta en un artículo de la revista *ADN* del 1º de diciembre del 2007. “El escritor español Vicente Verdú confesó que muchos amigos suyos, todos ellos intelectuales, se jactaban de no conocer las marcas. Y él creía que era un nuevo tipo de analfabeto, puesto que las marcas son señales culturales de la época”, agrega el autor.

---

<sup>4</sup> Jaeger Werner. Ob.cit., pág. 6.

En la medida en que el concepto de cultura se acerca más a la idea genérica de producción humana, se engarza aún más con la forma de producción industrial, con las formas de producción de la sociedad de que se trate y, por lo tanto, con las características descriptas: la tecnología, lo masivo, la reproducción y lo fungible. La técnica tiene su propia lógica de crecimiento, y el consumo masivo permite la reproducción creciente del sistema.

“El concepto de masa se relaciona comúnmente con nuestra cultura de la técnica”, decían Horkheimer y Adorno<sup>5</sup>. Y es en esta intersección de cultura, tecnología y masa en que ellos pensaron la categoría social de “industrias culturales”. La cultura, desposeída de aquel sentido de *paideia*, es un bien industrial producido por un mecanismo tecnológico que puede, además, reproducirlo en serie. Ya mucho tiempo antes, en su famoso artículo de 1936, Walter Benjamin había visto en esa capacidad de reproducción técnica del arte —el cine y la fotografía— la pérdida de su aura “Acercar espacial y humanamente las cosas es una aspiración de las masas actuales tan apasionada como su tendencia a superar la singularidad de cada dato acogiendo su reproducción. Cada día cobra una vigencia más irrecusable la necesidad de adueñarse de los objetos en la más próxima de las cercanías, en la imagen, más bien en la copia, en la reproducción.”<sup>6</sup>

En su *Dialéctica del Iluminismo*, escrita durante la segunda guerra mundial, Horkheimer y Adorno decían:

“Quienes tienen intereses en ella gustan explicar la industria cultural en términos tecnológicos. La participación en tal industria de millones de personas impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos Standard... Y es en realidad en este círculo de manipulación y de necesidad donde la unidad del sistema se afianza cada vez más. Pero no se dice que el ambiente en que la técnica conquista tanto poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad misma. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. (...) Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción. El prosaico arte para el pueblo realiza ese idealismo fantástico que iba demasiado lejos para el crítico. Todo viene de la conciencia: de la de Dios en Malebranche y en Berkeley; en el arte de masas, de la dirección terrena de la producción.”<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max, *La Sociedad. Lecciones de sociología*, Ed. Proteo, Buenos Aires, 1969, pág. 77.

<sup>6</sup> Benjamin, Walter, “La obra de arte en su época de la reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*, Ed. Taurus, Buenos Aires, 1989. Págs. 24 y 25.

<sup>7</sup> Adorno y Horkheimer. *Dialéctica del Iluminismo*. Ed. Sur. Buenos Aires. 1970 págs. 147 y 151.

En el análisis de Horkheimer y Adorno es clave el modelo del cine y de la radio: reiteración de clichés, cálculo y administración de gags, efectismo, violencia de la acción que impide la actividad del pensamiento, puro pasatiempo. “Los productos de la industria cultural pueden ser consumidos rápidamente incluso en estado de distracción”, afirman<sup>8</sup>. Para estos autores, la originalidad de estas Industrias Culturales está en la identidad de la racionalidad técnica y de dominio, así como en la irracionalidad de esta racionalidad. Es aquello que Horkheimer llamó “razón instrumental.”, en donde la razón iluminista se subjetiviza, se formaliza en un sistema de clasificación y cálculo de probabilidades y, al mismo tiempo, se mecaniza. “Semejante mecanización es un efecto esencial para la expansión de la industria; pero cuando se vuelve rasgo característico del intelecto, cuando la misma razón se instrumentaliza, adopta una especie de materialidad y ceguera, se torna fetiche, entidad mágica, más aceptada que experimentada espiritualmente. ¿Cuáles son las consecuencias de la formalización de la razón? Nociones como la de justicia, igualdad, felicidad, tolerancia...han perdido sus raíces espirituales.”<sup>9</sup>

El poder de nivelación de la industria radica en su capacidad de convertirnos a todos en consumidores, ya sea de alta o de baja cultura.

“Los bienes culturales antes vedados a los sectores populares, la industria cultural los integra como alta cultura, como la parte más elevada de un sistema que iguala a todos, no porque haga que todos los bienes culturales sean igualmente accesibles, sino porque convierte a todos los sujetos incluidos en él —es decir, a toda la sociedad— en consumidores de cultura. Lo que iguala al espectador de un film con el oyente de una pieza dodecafónica es que el modo de acceso al respectivo bien cultural es equivalente (...) Hace falta que la industria cultural se desarrolle para que los bienes culturales seriados conviertan a los que no lo son en “auráticos” y para que inclusive la élite de los exquisitos sea público masivo en un evento minoritario.”<sup>10</sup>

Si al comienzo habíamos señalado en los productos industriales y de quienes participan en el sistema de producción las características de *serialidad* y de *fungibilidad*, ahora podemos entender que el consumidor también es parte de la serie y objeto de estadística de la administración. ¿Interesa realmente la masa para generar individualidades con valores propios, o la masa es un negocio de *entertainment* y adiestramiento ideológico entre las horas de trabajo y las de sueño? Este planteo de la Escuela de Frankfurt tiene algo de trágico, y el dilema no era menor al tratarse de

---

<sup>8</sup> Ob.cit., pág.154.

<sup>9</sup> Horkheimer, Max, *Crítica de la razón instrumental*, Ed. Sur, Buenos Aires, 1973, pág. 34.

<sup>10</sup> Schwarzbock, Silvia, *Adorno y lo político*, Prometeo, Buenos Aires, 2008, pág. 251.

intelectuales que al tiempo que criticaban la vocación del sistema capitalista por transformar masivamente al hombre en *homo economicus* se enfrentaban con los sistemas totalitarios regentados por Hitler, Mussolini o Stalin, en donde el capital masivo estaba al servicio de una política que en lugar de encarnar los más importantes fines de la sociedad humana operaba como encubrimiento ideológico en el opresivo aparato del Estado. Como decía Elías Canetti en el epílogo de su libro *Masa y poder*, “el aumento de la producción tiene como consecuencia el que se deseen más hombres. Cuanto más se produce, más consumidores son necesarios. La venta en sí, si estuviera sometida a su propia ley, procuraría alcanzar a todos los hombres en tanto compradores; es decir, a todos los hombres. En esto se asemeja, aunque sólo superficialmente, a las religiones universales que buscan a todas las almas”<sup>11</sup>. En el camino entre este planteo y la actualidad, las industrias culturales devoraron a gran parte de la cultura y los productos de esa industria son devorados masivamente. Más masa, más éxito. El rating es la medida. Si a través de la producción cultural se crean subjetividades, se configura el nivel físico, imaginario y simbólico de los pueblos, cuando se trata de TV, cine, libros y música cabe preguntarse: ¿Qué me vende la cultura...?

Desde *La dialéctica del Iluminismo* ya ha pasado más de medio siglo. Nos encontramos en medio de una sociedad post-industrial en donde el “espacio de lugares” se ha transformado, como señala Manuel Castells, en un “espacio de flujos”. El soporte material de nuestra sociedad es básicamente electrónico, característica que permitió la configuración de una sociedad en red y de un mundo globalizado. El triunfo del capitalismo mundializa el Mundo y en su momento más álgido se propone como “el fin de la historia”. En suma, el modelo de la plena realización del hombre. Como alguna vez dijimos: “El soporte material de lo electrónico, con sus efectos de aceleración y ‘red-ificación de los procesos sociales, permite construir este nuevo espacio de flujos y no de lugares. Espacio en donde prima lo simbólico-virtual. Este espacio establece una forma de control modular de la masa omnipresente e invisible, operando como un verdadero Dios”. Deleuze hace notar que los individuos se han convertido en “dividuos” y las masas en “muestras, datos, mercados o bancos”<sup>12</sup>. Navegadores de flujos, los individuos son seres que adquieren “forma” en este entramado continuo del mercado-consumo-consumidor y de la información-dato-recepción. La forma formatea. Se trata

---

<sup>11</sup> Canetti, Elías, *Masa y poder*, Muchnik Editores, Barcelona, 1981, pág. 464.

<sup>12</sup> Deleuze, Gilles. “Posdata sobre las sociedades de control” en “*El lenguaje literario*” de Christian Ferrer (Comp.), Tomo 2. Montevideo: Nordan. 1991

del paso de las sociedades disciplinarias a las sociedades de control. Se pasa de la fábrica a la empresa que vende servicios, para la cual el foco está en el marketing, en la venta de productos producidos en algún lugar remoto con mano de obra barata e infraestructuras de rápido desmonte, y que cada día se hacen más virtuales. Más producción virtual, más relaciones virtuales. Cuanto más realistas y materiales nos volvemos, más inmaterial y abstracto se nos vuelve el mundo, nos demos cuenta o no. Un capitalismo en mutación.

En esta sociedad en red electrónica, los medios adquirieron una dimensión decisiva en el proceso de información y de comunicación. Cuando las imágenes, los sonidos, la palabra hablada y los textos se vuelven computables, es decir que se traducen a datos numéricos que vuelven a su vez a recomponerse en imágenes, sonidos o textos, se produce la conversión de los viejos medios de comunicación en nuevos medios. “Este encuentro de medios y de informática cambia la identidad tanto de los medios como del propio ordenador, que deja de ser sólo una calculadora, un mecanismo de control o un dispositivo de comunicación para convertirse en un procesador de medios”, señala Manovich<sup>13</sup>. Ya no hablamos de mecanización sino de automatización de procesos en la producción de objetos. Este nuevo mundo de objetos inmateriales es capaz de hacer virtual incluso la materia más densa. El dato se vuelve maleable y variable tanto para el productor como para el receptor-usuario, que se transforma a su vez en co-productor. Las industrias culturales son ahora capturadas por la computadora, ya sea para ver o para oír; sus veteranos productos del siglo pasado deambulan en el ciberespacio conjuntamente con los creados especialmente para este nuevo medio, se trate de cine, música o libros. Oscilamos entre pantallas: la de la computadora o la de la TV. Las pantallas funcionan en la vida a tiempo completo, cubren tanto el trabajo como el ocio. La Web se ha constituido en la gran interfaz cultural.

La estructura en la que la globalización pone al mercado y a la información en red implica una nueva lógica en la que se debe, también, pensar en red: un pensamiento que tiende a lo relacional, al deslizamiento entre nodos... Y una nueva forma de participación del hombre contemplador, que se hace más decididamente activo: un espectador de cine tiene la opción de quedarse en la sala, de irse e incluso de dormirse; un niño que juega a un video-juego se ve obligado a alternar con una entidad dotada de una “inteligencia artificial” incipiente.

---

<sup>13</sup> Manovich, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Paidós, Buenos Aires, 2006, pág. 71.

La conjunción de medios de comunicación, informática e industrias culturales genera un desarrollo exponencial masivo impresionante que, además, juega con la instantaneidad de la comunicación electrónica. Todo ocurre a la velocidad de la luz. Las Industrias Culturales se emparejan con el fenómeno que nos permite ver videos en el celular mientras subimos en el ascensor de un edificio de sesenta pisos y caminamos por el pasillo hasta el lugar de destino.

Ya desde la época del legendario Norbert Wiener los adelantos en informática fueron entendidos como apertura de posibilidades para el hombre: democratización del conocimiento, participación en la creación y transparencia del proceso de información. A medida que el desarrollo tecnológico fue ampliando esas posibilidades, la adaptabilidad a las individualidades también se expandió a un nivel muy alto. Cualquiera puede crear su propio reino virtual en Internet, deambular por los circuitos que se le ocurran, generar su propio espacio de exposición y hasta crear virtualmente un círculo de amigos. Leer un texto *online*, ver o bajar un film, un video o un tema musical, así como producir un texto, editar imágenes o música, crear un blog, trabajar, jugar o divertirse en la pantalla son posibilidades al alcance de la gran masa. Este fenómeno ha sido entendido como una gran conquista de libertad, entendida como expresión y como ponderación de lo diverso. Y no hay duda de que en este sentido la Red es receptiva y generativa de una inmensa maraña de creatividad humana. Las Industrias Culturales se desparrramaron en el Universo Internet, lo cual no quiere decir que ya no nos guste ir al cine o que hayamos dejado de leer los libros en soporte papel. Las viejas Industrias Culturales dialogan con un nuevo interlocutor que las puede desarmar, cortar, insertar en distintos formatos, darles nuevos significados y hasta usarlas a discreción, bajándolas y difundíéndolas como le plazca, con o sin ganancia (incluso legalmente o no). La posibilidad de reproducción es tan maravillosa y rápida que ni los intereses de las empresas son capaces de alcanzarla. Y hasta deberíamos redefinir el concepto de hurto, porque a hurtadillas estos navegantes se chupan toda la cultura disponible.

No obstante, si ahora el alcance masivo es mundial, no podemos pasar por alto el hecho de que el poder se ha vuelto más seductor y microfísico. El aparato de seducción intrínseco a la propaganda y a la publicidad nos entrega al reino de lo verosímil. La verdad pasa a ser marginal. El formateo de la subjetividad es quizás más eficaz que el de la educación jesuítica. Si no hay nada que sacrificar, basta con la entrega al goce.

“En el nuevo capitalismo de superproducción y marketing, afianzado más fuertemente en el consumo y en los flujos financieros que en la producción propiamente industrial, saberes y poderes se entrelazan íntimamente con toda una serie de prácticas, discursos y placeres que refuerzan tanto su eficacia como su legitimidad sociopolítica. Sin embargo, también es cierto que toda una gama de tendencias asociadas al nuevo régimen (descentralización, privatización, virtualización, globalización) conspiran contra los viejos mecanismos de poder: tanto el dominio centralizador de los Estados nacionales como las instituciones de encierro están en crisis.”<sup>14</sup>

Y otra vez se vuelven a oír como telón de fondo las voces de Adorno, Horkheimer y Cía. El flujo económico, el de la información y el tecnológico han sido más veloces y omnicomprendidos en el fenómeno de la globalización. El Estado y la política han quedado como furgón de cola a su servicio y al de las nuevas elites empresariales-financieras. Si la política es el reino de los fines, el político actual se parece más a un funcionario enredado en los massmedia, en todo caso, en sus inmediatos intereses personales como usufructo adicional del uso y del goce del poder. Algo de esto está presente en la des-ilusión y apatía de los ciudadanos. Por otra parte, el sistema se acerca más al modelo económico del reproductor-consumidor que al del antiguo ciudadano que dibujó la tradición liberal. ¡Ni qué decir del “camarada” soviético!

La historia, sin embargo, nos muestra que frente a cualquier sistema positivo imperante - desde la religión hasta la política- se ha escrito una historia marginal, una historia que ha dejado sus huellas en el pensamiento, en el imaginario y en los hechos, a veces trágicos, heroicos y también victoriosos. Además, las masas no tienen esa carga de inercia con la que a veces se las analiza; sus tiempos de reacción son más lentos, y a veces los teóricos son muy impacientes. Todo sistema libera y al mismo tiempo reprime algo en el hombre. Los logros también se cosifican, se hacen hábito. Se trata de una lucha de fuerzas cuya mayor aspiración puede ser un equilibrio inestable, particularmente en esta época en la que todo se encuentra en proceso. Es el fin de la seguridad burguesa. El mundo se encuentra en una etapa de transición entre las viejas industrias culturales y la nueva forma de estas industrias, con sus multiplicaciones y variantes. La clave es poner un producto en el mercado hoy, generar la necesidad de consumirlo y reemplazarlo mañana por otro. La cadena no se puede cortar.

1. En este largo desarrollo no hemos hablado del arte, ni del pensamiento ni de la educación. Y ello se debe a que la relación entre el arte y las Industrias Culturales es

---

<sup>14</sup> Sibilía, Paula, *El hombre postorgánico*, Fondo de cultura económica, Buenos Aires, 2005, pág. 213.

fortuita, en el sentido de que puede darse o no. Por un lado, el arte ha adquirido en su ingreso al circuito económico la categoría universal de mercancía y, por otro, se ha convertido en una herramienta de legitimación social para cualquiera que quiera ser legitimado, se trate de una empresa o de un particular. Así como en una época no era posible hacer arte sin mecenas, ahora parece imposible hacer arte por fuera del circuito. (Es cierto que siempre hubo héroes que lucharon contra su medio, incluso contra aquellos que los favorecían, pero la heroicidad ya es un valor en desuso y hoy nadie quiere ensayarla).

Ahora bien, mientras los artistas ingresan en el circuito de la economía, muchas veces las Industrias Culturales tocan la cuerda del arte, ya sea en el cine, en un texto o en la música. La repercusión, sin embargo, se siente en un segmento de público muchísimo más acotado. Un film que cuente una nueva historia de James Bond tendrá más éxito que un film de David Lynch, sin perjuicio de que la cultura pasa tanto por Bond como por Lynch. No debemos olvidar que el arte es *tekné* y que, por lo tanto, está siempre vinculado a la producción, pero a una forma de producción que genera en el mundo un ente sonoro, visual o textual que pone en jaque nuestra percepción y nuestros afectos, que marca un dis-ritmo con lo dado, una disrupción.

Frente a la positividad de lo dado, el arte abre un nivel de posibilidades nuevas que se refleja en el sentir y en el pensar. La *Sopas Campbell* de Warhol no son “las sopas Campbell”. El arte altera nuestra percepción en un sentido diferente del habitual y transforma el campo de significación. Nos permite escapar por la tangente, sentir lo que no hemos sentido o lo que el sistema en el que vivimos no deja que sintamos. Es por eso que muchas veces el arte asume la forma del horror o nos enfrenta a lo que el sistema ha reprimido.

2. Este hiato entre Industrias Culturales y arte tiene su equivalente en la relación entre las Industrias Culturales y el pensamiento. Las IC funcionan como “modelizadoras sociales”, transmiten ideas, campos de significación que orientan conductas, formas de sentir y de hacer. En algunos casos extremos tienen un funcionamiento semejante al de la publicidad, que se mueve en el tramo información-recepción-conducta. El sujeto media ahí como un ejecutante mecánico, no actúa, sino que es actuado por la información.

La práctica del pensamiento crítico significa, como en el arte, la puesta en crisis de lo dado. Significa pensar desde otro lugar, con otros objetivos, quizás hasta pensar los

fines de lo que hacemos, del objeto de nuestros pensamientos, la simple pregunta de “¿para qué?” o “¿para quién?”, pero ya no en el sentido del uso inmediato que nos propone la tecnología disponible. Cuanto más éxito tiene la razón técnica más se deja de pensar en el tipo de hombre que debe manejar esa técnica.

El pensamiento crítico implica siempre apertura, posibilidad y diálogo. La voz del “Otro” es la que muchas veces pone en crisis un pensamiento y permite pensar “lo Otro”, lo no pensado o lo que no nos dejan pensar. Pero para ello se necesita “serenidad”. En medio del tránsito ensordecedor y cegador de flujos de la economía, de la información o de la tecnología es necesario realizar interrupciones, ponerlos por un instante entre paréntesis, abrir espacios en donde puedan aparecer otras formas de pensar. Heidegger nos recuerda que “la falta de pensamiento es un huésped inquietante que en el mundo de hoy entra y sale de todas partes. Porque hoy en día se toma noticia de todo por el camino más rápido y económico y se olvida en el mismo instante con la misma rapidez”.<sup>15</sup>

3. La educación, en su doble movimiento de enseñanza y aprendizaje, es el receptáculo de estos temas. En algunos casos notamos una tendencia a lo que llamamos “adiestramiento”, una preparación a ciegas para los procesos de producción actuales cuyo único foco está en el aspecto tecnológico. De ahí el clamor por lo instrumental. Se olvida que el hombre mismo es el experimento, que está siempre en proceso, que no es un producto industrial terminado. Una vez que se considera completo necesita un administrador que le labre un acta... pero de defunción. El hombre necesita alimento material para vivir, pero además se alimenta de emociones y de pensamientos: alimenta su imaginario y su mente con los diferentes flujos de energía que lo atraviesan. Las Industrias Culturales, precisamente, operan sobre el hombre en ese sentido. ¿Cuál es el aparato digestivo que procesa nuestras emociones y nuestros pensamientos? No viene de fábrica, se construye; y la educación es un factor decisivo. Debemos procesar lo que recibimos en una etapa de selección entre lo desechable y lo que se constituirá en forma de alimento, aquello que habitará nuestro imaginario y nuestro mundo simbólico. El hombre es el resultado de aquello con lo que se alimenta: si es sexo y violencia, será sexual y violento. Este hombre mental con pensamiento crítico opera en la sociedad como un aparato digestivo, pone en crisis a través de la crítica lo que ingresa a su conciencia, como un jugo gástrico. Lo que emane de este hombre, hasta su cadena de

---

<sup>15</sup> Heidegger, Martín, *Serenidad*, Editorial. del Serbal, Barcelona, 1989, pág. 17.

significantes y sus posibilidades de creación, nace de ahí. Pensamos que un hombre crítico, que pone en crisis lo dado, actúa más allá del criterio de selección habitualmente establecido como absoluto: por ejemplo, la prepotencia del “me gusta o no me gusta”.

Si la educación apunta a estos modelos que oscilan entre la sensibilidad del artista y el pensamiento crítico, es posible suponer que los contenidos de las Industrias Culturales más expuestas, como el cine y la TV, tengan filtros de mayor calidad y apunten hacia otros horizontes. No hay educación sin utopía.