



# Temas humanísticos y sociales

# Apuntes sobre diseño gráfico, cine y tecnologías.

## La tragedia del uso

Omar González\*

*Escritor, director del Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC).*

### Ubicuidades y paradojas

**A** juzgar por las noticias, pareciera que la modernidad y sus diversas manifestaciones, al tiempo que reducen las distancias entre los sueños y la realidad, han hecho de la vida una agonía. Más allá del espejismo que comporta la globalización, sobre todo en su dimensión mediática, la pobreza, las diferencias sociales y el caos,

también se acentúan. Las brechas que dividen al Norte próspero del Sur paupérrimo, se acrecientan día tras día, del mismo modo que en los países ricos e industrializados —o postindustrializados, como parezca mejor— ese Sur también existe, y en las naciones pobres, por si fuera poco, se da un Norte aún más lacerante. El mundo, en todo caso, no está signado por la armonía, sino por el contraste y la exclusión, y el progreso es de un relativismo tal, que la duda lo envuelve. De ahí que sean explicables la inconformidad, la resistencia y la incertidumbre como respuestas o consecuencias mayoritarias. Vivimos una época caracterizada por una cultura que lo relativiza todo, y que suscita en el sujeto social una infundada sensación de libertad.

La sensación de libertad.

\* Este texto es una versión actualizada de su intervención en el Congreso Mundial de Icograda, realizado en La Habana, en octubre de 2007.



En esta era performática, la confusión no proviene de la ausencia de datos, sino precisamente del vacío que provoca su abrumadora y caótica representación. El mundo ha terminado por ser tan flexible que se ha tornado rígido, inoperante, inmanejable. Como ha expresado la crítica alemana Mercedes Bunz: “La gravitación del centro es tan fuerte y hace tan lento todo, que la gente prefiere moverse hacia los márgenes para actuar más libremente”.<sup>1</sup> Es en esa periferia enrarecida donde la razón y la esperanza estarían aguardándonos.

Uno de los fenómenos más ilustrativos de esta inversión del sentido lógico de la realidad, es lo que ocurre respecto al diseño, de cuyo origen y trayectoria nunca debió excluirse su naturaleza artística. Sin embargo, el paradigma occidental, basado en la subordinación del mensaje al medio, ha terminado imponiéndose, y hoy el diseño corporativo se debate entre el utilitarismo, la frivolidad y los objetivos más trascendentes, con frecuencia mediatizados por los efectos del mercado. Como todo en este gran bazar que es la vida. Ahora mismo, diseño es un vocablo tan extendido e impreciso en la retórica cotidiana como pudiera ser la palabra web, cuyo significado todo lo debe al verbalismo tecnocrático. Se diseñan estrategias, proyectos, conductas, sociedades; se rediseña la vida luego de haber diseñado la muerte. Con el diseño ocurre como con el arte en sentido general: las jerarquías se han difuminado y las expresiones de mayor acento humanista, no forman parte

de su vertiente hegemónica, sino de las alternativas menos visibles.

Tal paisaje de ubicuidades y paradojas —de la ubicuidad de las paradojas, para ser más exacto—, alcanza su paroxismo cuando el objeto de análisis es algo tan inasible y omnipresente como Internet, que constituye el metamedio por excelencia, el escenario más dinámico para el diseño propiamente gráfico, y para el que no lo es y se nos presenta como tal. Internet es otro mundo, pero no mejor que el conocido hasta hoy, porque es su espejo y su hipérbolo. Nadie es capaz de recorrerla, aunque dedique a ello la totalidad de su existencia. Su analogía es con el infinito, si bien técnicamente conoce los límites determinados por la conectividad, y comporta el paraíso tanto como el purgatorio y el infierno, y Virgilio, en su caso, no estaría para guiarnos. Desgraciadamente, Internet es tan cambiante que resulta el ámbito menos idóneo para la perdurabilidad de los símbolos y los mensajes. Todo caduca a una velocidad sin precedentes. Aun así, nada como la red de redes para la reproducción y multiplicación del diseño, los contenidos y las imágenes, y para validar nuestra existencia, aunque sólo sea virtualmente. Y estarían los *blogs* y otros ingenios inclasificables<sup>2</sup>, que suman millones y ponderan la participación, la iniciativa individual, y que abren puertas y ventanas a la privacidad, hasta contárnoslo todo de nosotros mismos, sin el menor recato y sin que importe demasiado la verdad.

<sup>1</sup> GORODISCHER, Julián. “Parecerse a los padres ya dejó de ser una pesadilla”, entrevista a Mercedes Bunz, p. 12, edición del 16 de noviembre de 2007, Buenos Aires. Bunz es autora del libro *La utopía de la copia*, Buenos Aires: Interzona, 2007.

<sup>2</sup> Los *blogs* comenzaron a extenderse a principios del año 2000 y se afirma que cada día aparecen alrededor de 30 mil en Internet. Aquel primer año hubo 136 mil en todo el mundo; en 2004, ya eran más de 10 millones, y en la actualidad la cifra supera los 20 millones a escala mundial. Por otra parte, el 23 de abril de 2005 un video fue colocado en un sitio de Internet por primera vez, dando lugar al surgimiento de Youtube. A lo anterior habría que agregar el desarrollo de celulares, Blackberry, iPods, iPhones y los nuevos modelos de laptop, cuya potencia pareciera directamente proporcional a su cada vez más acentuada liviandad. En los últimos veinticinco años, el acelerado proceso de cambio experimentado por la web y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, ha sido de tal magnitud que no resulta descabellada esta afirmación de Luis Collado, ejecutivo de Google para España y Portugal: “Si los combustibles hubieran evolucionado del mismo modo que la red, con cinco litros se podría dar 2.172 vueltas al mundo”.

Según reportes del pasado 31 de diciembre,<sup>3</sup> el total de usuarios de Internet llegaba entonces a mil 463 millones 632 mil 361 en el mundo; una cifra sideral si nos retrotraemos a principios de la década de 1990, cuando no sobrepasaba los 300 mil. Pero en la Red todo crecimiento es exponencial y, además, asimétrico.

A los fines de lo que quisiera exponer, lo más interesante de este auge no es precisamente darle la razón a Edgard Murphy y a su controvertida ley, sino tratar de representarnos la composición interna de la accesibilidad y cómo se manifiestan la asimetría y la exclusión en este campo, no obstante los avances indiscutibles que comportan las nuevas tecnologías al servicio de las comunicaciones, sin pasar por alto los beneficios que tienen para la creación y la difusión de conocimientos, particularmente de los relacionados con el arte y la cultura, en sentido general.

Si nos guiáramos por las macrocifras, Asia sería la región con mayor número de usuarios (por encima de 578 millones), más del doble de los registrados en Norteamérica (entiéndase Estados Unidos y Canadá); sin embargo, cuando partimos de los índices de penetración por número de habitantes, advertiremos que en aquel Continente —a pesar de la pujanza china— sólo se beneficia 15,3 por ciento de la población, y no podemos desconocer que allí reside más de la mitad de los habitantes del planeta. En Norteamérica, en cambio, la penetración asciende a 73,6 por ciento, no obstante saber que se trata de la vigésima parte de la población mundial. Algo similar ocurre en relación con Europa (48,1 por ciento de penetración; 12,1 por ciento de los habitantes de la

Tierra). Pero cuando la diferencia adquiere visos de tragedia, es al hablar de África, donde las personas con acceso a Internet sólo constituyen 5,3 por ciento de una población que ya supera 14,2 por ciento de la mundial. Y eso que se trata de la región donde ha tenido lugar el mayor crecimiento desde el año 2000 —cuando los usuarios eran 4 millones 514 mil—, hasta la fecha —en que suman 51 millones 65 mil. O sea, un salto de mil 31,2 por ciento. Sin embargo, es evidente que aún son demasiado pocos.

Visto el caso, pudiéramos concluir que la red de redes tampoco resulta la opción más equitativa para solucionar los problemas de comunicación global. Habría que voltear el mundo y erradicar el subdesarrollo y las muchas secuelas que nos legara el colonialismo, amén de los aportes sistemáticos del imperialismo en su versión actual. No estamos hablando de nociones teóricas, de abstracciones filosóficas, sino de problemas concretos que se expresan en la incertidumbre, el hambre o la desolación a que están sometidos más de 3 mil millones de personas, ante las cuales no cabe la indiferencia, mucho menos si sabemos que prevalece la irracionalidad y que los gastos anuales en publicidad y armamento, superan los dos millones de millones de dólares, suficientes para cambiar tal estado de cosas.<sup>4</sup> Y esto sin necesidad de considerar las erogaciones en cosméticos, comida para perros, helados y otros ítems que, frente a tal páramo humano, constituyen meras trivialidades.

A despecho de lo que pensaba Henry Ford en la década de 1920, ni la película cinematográfica y su lenguaje universal, ni el aeroplano

<sup>3</sup> [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). Consultado el 27 de septiembre de 2008. De igual modo, agradezco los comentarios de Rosa Miriam Elizalde, conocida periodista cubana, estudiosa de los temas de Internet.

<sup>4</sup> Sólo en 2006, según el informe anual del Instituto Internacional de Investigación para la Paz (SIPRI), radicado en Estocolmo, el estimado del gasto militar mundial llegó a 1 204 mil millones de dólares corrientes, lo que representó un incremento en términos reales de 3,5 por ciento entre 2005 y 2006; sin embargo, en este mismo período, Estados Unidos creció un 53 por ciento, en lo que fueron determinantes los 381 mil millones de dólares destinados a cubrir las operaciones militares en Irak, Afganistán y otros países. Hipotéticamente, a cada norteamericano le corresponderían mil 756 dólares de estos gastos, en un país que participa con el 46 por ciento de las erogaciones mundiales por este concepto. ([www.sipri.org](http://www.sipri.org))

y su velocidad, ni la radio y su programación internacional, propiciaron “el entendimiento total del planeta”. Hoy los seres humanos se relacionan e interactúan como nunca antes, pero distan de comunicarse a plenitud y, aún más, de entenderse a cabalidad.

### Cine: paisaje propio, reflejo ajeno

Sobrecoge saber (y esto es un eufemismo) que la producción de *Superman Returns* costó 204 millones de dólares, sin haber sido la más cara de la historia, aunque sí una de las peores entre todas las que se han producido jamás; o que el diminuto bikini cubierto de diamantes que diseñara Susan Rosen y exhibiera la actriz Molly Sims, vale (o cuesta) 30 millones de dólares; o que el sultán de Brunei invirtió en su fiesta de cumpleaños número 50, nada menos que 27,2 millones de dólares, con la actuación de Michael Jackson incluida; o que las obras vendidas de los diez artistas más cotizados —y sin duda importantes— en 2007, sumaron 1.840 millones de dólares, equivalentes a la quinta parte del total de operaciones en el mercado del arte ese año. Independientemente de cualquier otra consideración al respecto, estos y otros ejemplos que pudieran agregarse, demuestran hasta qué punto es la especulación la que determina el valor de las cosas en la actualidad.

La producción mundial de largometrajes de ficción, oficialmente registrados, supera cada año los cuatro mil 500, sin considerar los 2 mil en video que genera Nollywood, en Nigeria, y sólo parcialmente los que se producen en Bollywood, India. Pero si añadiéramos todos los que se gestan a partir del uso creciente de las nuevas tecnologías digitales, este dato pudiera duplicarse con facilidad. De hecho, en el cine actual está ocurriendo lo que siempre sucede con la irrupción masiva de algunas tecnologías y medios: la seducción que ejerce lo nuevo, el mimetismo, el contagio, la adaptación, el frenesí de las aficiones y la explosión de las



---

A despecho de lo que pensaba Henry Ford en la década de 1920, ni la película cinematográfica y su lenguaje universal, ni el aeroplano y su velocidad, ni la radio y su programación internacional, propiciaron “el entendimiento total del planeta”. Hoy los seres humanos se relacionan e interactúan como nunca antes, pero distan de comunicarse a plenitud y, aún más, de *entenderse a cabalidad*.

---

alternativas. Todo aquel que posee una cámara, una computadora y el *software* y periféricos imprescindibles para filmar, editar y exhibir un producto audiovisual (lo que no significa precisamente cine), se considera un realizador, al margen de los resultados artísticos. La frontera entre los géneros también ha sido pulverizada, sobre todo en lo concerniente al documental y al reportaje, y los espacios tradicionales de validación pierden credibilidad aceleradamente. Un programa de televisión, por ejemplo, puede deslegitimar un género —y desorientar aún más al espectador— si el conductor del espacio se lo propone; algo que

ocurre frecuentemente en Cuba. Tal “confusión estética” se explica, más que nada, por el relativismo en que ha caído la noción del arte en nuestra época, sin olvidar que una vez que el mercado fichó (también) a las vanguardias, todo se vende. Esto sería lo que Román Gubern define atinadamente como “neoliberalismo estético”. Arte es, entonces, “cualquier cosa que decida designarse con ese nombre”<sup>5</sup>, y comercializarse o mostrarse como tal, agregaríamos. De ahí que nadie se asombra cuando cada vez más bienales, museos, galerías y festivales de cine acogen las propuestas no sólo más iconoclastas, sino menos fundamentadas desde el punto de vista estético. Y no hablo del canon como dogma, sino de la dictadura del capricho y del falso mesianismo de ciertos curadores y programadores audiovisuales.

Preguntarse hoy si un producto u objeto determinado es arte, equivale a asumir una postura poco menos que reaccionaria.<sup>6</sup> Son de buen ver la ejercitación ignorante y la complacencia entusiasta. Se trata, como señalara el escritor español Vicente Verdú, de indiscutibles “muestras de un extraño auge de la ausencia”, cuya sensación “se relaciona con la huera condición de la política, la banalización del sexo, la indiferencia del arte, (y) la trivialización general del saber”.<sup>7</sup>

Esta supuesta apertura intelectual, no sería del todo perniciosa si se propusiera abrir las puertas a lo alternativo de calidad; sin embargo, generalmente constituye un contrasentido, pues alimenta la confusión y adultera el proceso de justificación del arte al condicionarlo al efecto

de las coyunturas. Por otra parte, no son precisamente las alternativas más genuinas las que el mercado y los medios de comunicación encumbran, sino aquellas producciones que, de un modo u otro, se inscriben en la tendencia dominante y no cuestionan radicalmente el *status quo* del *establishment*. “El mercado —ha escrito Beatriz Sarlo—, experto en equivalentes abstractos, recibe a este pluralismo estético como a la ideología más afín a sus necesidades”.<sup>8</sup> Y agrega: “(él) es como la imagen mítica de la justicia, ciego ante las diferencias”.<sup>9</sup>

El propio mercado, que también lo regula todo —no hay mecanismo de censura más eficaz—, “hace zafra” con los transgresores y nos los devuelve como mercadería asociada al valor agregado de lo irreverente. Bastaría repasar la trayectoria de la obra de Basquiat, Duchamp y Andy Warhol en las casas de subastas, y la burda manipulación de su auténtica rebeldía original, convertida ahora en parte de la mercadotecnia. El diseño, como es de suponer, tampoco escapa a estos accidentes provocados, con el agravante de que casi nunca es neutral allí donde responde al encargo corporativo. En este diseño al servicio del sistema, las apariencias siempre engañan. El simulacro es su orden natural.

El cine tampoco es aséptico en estos menesteres de la instrumentalización de la realidad; siendo justo, afirmaríamos que fue el primero de los procedimientos artísticos en generalizar la práctica del pecado fáustico. Lo prueban las tempranas arremetidas de las corporaciones en su producción, distribución y exhibición —so-

<sup>5</sup> GUBERN, Román. *El eros electrónico*. Madrid: Taurus, 2000, pp. 56-57.

<sup>6</sup> En indudable similitud con lo que acontece en el arte y en otras esferas, considérese lo expresado por el historiador David Edgerton acerca de las tecnologías cuando afirma: “De la asunción de que lo nuevo es muy superior a lo que lo precedió se desprende un corolario relevante: a quien no abandone éste a favor de aquél se le tachará de conservador, cuando no de estúpido o ignorante sin más”. (Edgerton, David, *Innovación y tradición. Historia de la tecnología moderna*. Barcelona: Crítica, 2007, p. 30).

<sup>7</sup> VERDÚ, Vicente. *El País*, España, 26 de noviembre de 2007.

<sup>8</sup> SARLO, Beatriz, *Escenas de la vida postmoderna*. Buenos Aires: Ariel, 1994, p. 158.

<sup>9</sup> Ídem, p. 170.

bre todo después que dejara de ser mudo y se introdujera la maravilla del color—, y las múltiples aplicaciones del *merchandising* a actores, personajes, escenarios y a cuanto objeto o subproducto se derive de él. El *star-system* fue nuestro *system-start*, y nada triunfaría si ignoraba sus leyes. Así, hasta arribar a nuestros días de fusiones y emporios, y de fabricantes de autos, helicópteros, cervezas y propietarios de clubes deportivos que son, al mismo tiempo, dueños de los grandes estudios, las revistas especializadas y las redes de programación y exhibición cinematográficos. Todo, o casi todo, le pertenece a estos magnates generalistas. Como decimos en Cuba: suyos son el bate, la pelota y los guantes, y sin su anuencia no hay juego (de béisbol) posible. Y en esta era del audiovisual, como más de una vez ha sido recordado, lo que no se ve, sencillamente no existe.

¿Cuál es la capital de Burundi?, cabría preguntarse a manera de prueba. Estoy seguro de que muy pocos lo saben. Bujumbura, que así se llama, no sale en la televisión, excepto que se produzca un golpe de Estado o que las matanzas étnicas la conviertan en noticia. Tal es también nuestra imagen más redituable a los efectos mediáticos: la de pueblos oscuros, exóticos y prescindibles en la historia *light* de nuestra época. Y en esto hay un costado del diseño gráfico que tampoco es ingenuo, sino cómplice, para el cual el rostro del hambre suele ser inasible e impresentable, y de aparecer en los grandes medios, será incapaz de perturbar el sueño de los ricos. ¿Benetton?

Antes de la *Guerra de las galaxias*, de George Lucas —considerada la primera película devenida operación mercantil a escala global—, estuvo la pérdida del liderazgo europeo en esta manifestación artística, sobre todo a raíz de la Primera Guerra Mundial y el surgimiento de Estados Unidos como potencia realmente vencedora. La segunda conflagración iba a representar, definitivamente, la era de la plenitud de Hollywood, en tanto ésta se convertiría en la mayor zona industrial de producción simbólica jamás conocida. En una puesta en escena tan colosal, el diseño, en cualquiera de sus manifestaciones, iba a desempeñar un papel crucial, pues no hay un solo personaje cuya caracterización o identidad sean ajenas a un esmerado proceso de citas, apropiaciones, síntesis y creación de marcas; de hecho, el diseño fue objeto de un desplazamiento similar al del resto de las manifestaciones culturales por obra y gracia del mercado. Norteamérica se convirtió no sólo en el refugio de muchos intelectuales y artistas europeos perseguidos, tanto por sus ideas como por su religión y sus obras, sino en una fábrica de sueños abierta, floreciente, en total expansión; se transformó en una oportunidad para vivir en paz y hacer dinero rápido. La Bauhaus, grandiosa, aniquilada y fragmentada por el nazismo en 1933, se esparció por Europa y por la tierra de Lincoln, y varios de sus integrantes más renombrados se insertaron en los nuevos contextos, aunque jamás fueron los mismos.<sup>10</sup> Como alguna vez me confesara

<sup>10</sup> Si bien acerca de la Bauhaus no es difícil encontrar opiniones autorizadas que reconozcan su extraordinaria importancia en la evolución del diseño, en sentido general, quiero enfatizar en sus aportes a la pedagogía del arte. Los métodos utilizados por ella, además de integrar la producción industrial con la enseñanza, fueron absolutamente revolucionarios al diferenciarse del resto de las instituciones académicas por “el carácter comunitario en que vivían y confraternizaban profesores y alumnos, circunstancia que permite, como ninguna otra, alcanzar grados de integración verdaderamente óptimos”. (Satué, Enric: *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza Editorial, S.A., Madrid, España, 1988, p. 164). Respecto a lo anterior, Walter Gropius, artífice de este estilo de vida y creación en la escuela, sentenció: “El individuo aislado no puede lograr ese objetivo, sólo con la colaboración de muchos puede hallarse la solución que, por encima de lo individual, conserva validez a través de los años”. (Ídem). Tales principios, además de la autonomía y la fortaleza institucional que implicaban, resultaron intolerables, amén de peligrosos, para los fascistas alemanes y, en un contexto como el de Estados Unidos, restaban protagonismo a la perspectiva esencialmente individualista y mercantil de la profesión.

en privado un relevante pintor cubano: “En Estados Unidos uno puede hacerse, hipotéticamente, millonario, pero, en tal caso, nada más que millonario; debe olvidarse un poco de su identidad. La gente no tiene una idea clara de lo que compra, aunque sí de por qué lo compra. Se trata de un asunto de dinero”.

Las deliberaciones de Adorno y Horkheimer a propósito de la cultura de masas, servirían para ilustrar lo que fue el destino del arte y de muchos artistas a partir de entonces. Hubo que esperar a Kerouac y a la generación *beat* para que los cimientos se removieran de algún modo y las preguntas se dirigieran a la intimidad de un país que, al mismo tiempo que se agigantaba económica, militar e industrialmente, relegaba buena parte de su inteligencia a los nichos propios de una marginalidad fragmentada. Sí, la vigorosa cultura norteamericana seguiría su camino, pero como quien se observa ante un espejo roto, alimentado por las migraciones y cercenado por los intereses más pueriles. En el caso de la música popular, tomando en cuenta que el *rock* y el *hip hop* han sido amansados por las transnacionales, hoy renace el *pop* como gran ironía; en la literatura, la “irritación” trivial se convierte en *bestseller*, y en el teatro, las célebres noches de Broadway ya no son tan inquietantes como los *reality shows* y la escena callejera. La batalla parecería perdida si no supiéramos que bajo la alfombra, pisoteada, pervive una cultura de la resistencia y la inconformidad.

El escritor italiano Claudio Magris, quien no oculta su deslumbramiento por ciertos aspectos de la sociedad norteamericana, es enfático cuando señala: “La civilización occidental contemporánea y, sobre todo, Estados Unidos, que es su centro y su motor, son lo opuesto a la persuasión: nuestro mundo,

americano o americanizado, destruye el presente, niega toda pausa y frenesí en un aluvión ilimitado, en un progreso y producción que no pueden detenerse nunca y en el que solamente se vive en el futuro, en un tiempo que no existe y, por lo tanto, nunca se vive verdaderamente. [...] Estados Unidos es el laboratorio de esta postmodernidad, que parece negar el gran proyecto, la visión ampliada y la aspiración a la totalidad que había caracterizado lo moderno, esa modernidad que precisamente en la cultura americana había encontrado sus grandes voces”.<sup>11</sup> Mas el futuro comporta la utopía y es, por lo general, signo de esperanza; de ahí que, en mi opinión, ni por asomo sean éstas las características de una sociedad como la norteamericana —y de otras afines—, en cuyo caso el pragmatismo del día a día, la desmemoria, el desarraigo psicológico y la falta de conciencia individual y colectiva de lo que debiera significar el porvenir, han terminado por hacer de la indiferencia una actitud inevitable. El limbo consumista ha provocado el síndrome del rebaño; un rebaño que pasta (consume) en una estepa que no imagino infinita, sino circunscrita a los límites de su propia vaguedad. En un país donde la cultura es un atributo secundario de los ciudadanos, aunque sea muy redituable desde el punto de vista económico, pensar diferente se ha convertido en un acto temerario y heroico. No es otro el motivo de la creciente admiración que despiertan los intelectuales norteamericanos que se enfrentan al sistema, a riesgo de perderlo todo y de vivir eternamente en los márgenes de una sociedad que los excluye y niega, precisamente, porque nunca claudican.

Si a Hollywood debemos el sentido industrial masivo (clónico) del séptimo arte —previsto por Walter Benjamin<sup>12</sup> en los años treinta del

<sup>11</sup> Magris, Claudio, “Noticias de Mittelamérica”, La Jornada Semanal, No. 668, México, 23 de diciembre de 2007.

<sup>12</sup> Véase: Benjamin, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Ítaca, 2003.

pasado siglo, y desarrollado poco más tarde por André Malraux en sus reflexiones sobre el asunto-, también tendríamos que reconocerle la lectura sesgada de la historia universal y la segregación del cine de autor hasta su actual marginalidad. Se acababan así la experimentación consentida y el apego a la verdad. El “cine de emancipación” francés y alemán, y el “nuevo cine latinoamericano”, entre otros movimientos y tendencias que alcanzaron notoriedad en la década de 1960, y aún después, han constituido formas de resistencia a la imposición de lo ajeno en contextos marcados por la diferencia, la diversidad y, además -como es el caso de los países de América Latina-, por las luchas de soberanía nacional y el derecho de sus manifestaciones culturales no sólo a existir, sino a ser expuestas, difundidas y apreciadas en igualdad de condiciones a las que se originan en el mundo industrializado.

De las reconstrucciones de noticias, tan asiduamente utilizadas por reporteros y cineastas

norteamericanos entre 1894 y 1900, pasamos a las megaproducciones bíblicas y egiptológicas hollywoodenses, y a ver cómo desaparecía o se escamoteaba la realidad de los hechos históricos. A propósito, no puedo dejar de pensar en este instante en el caso de Edward H. Ahmet, quien reconstruyó en la bañera de su casa la batalla naval de Santiago de Cuba, ocurrida en 1898, durante la intervención norteamericana, y lo que es más sintomático: a pesar de que los participantes alegaban que no se habían producido combates nocturnos, él siempre sostuvo que sus filmaciones fueron *in situ*, valiéndose de filtros y otros recursos fotográficos. El embaucamiento fue de tal magnitud, que el gobierno español adquirió una copia de aquellas imágenes para custodiarla en sus archivos militares.<sup>13</sup> Era el origen del código *western* como eslogan y dogma. Lo que se proponían las nacientes grandes productoras, era supeditar la nueva industria a las leyes del mercado, cuyo vórtice sería Hollywood y nada más que Hollywood.



---

Si a Hollywood debemos el sentido industrial masivo (clónico) del Séptimo arte —previsto por Walter Benjamin en los años treinta del pasado siglo, y desarrollado poco más tarde por André Malraux en sus reflexiones sobre el asunto—, también tendríamos que reconocerle la lectura sesgada de la historia universal y la segregación del cine de autor hasta su actual marginalidad.

---

<sup>13</sup> DE ORELLANA, Margarita, *La Mirada circular. El cine norteamericano de la Revolución Mexicana (1911-1917)*. México: Joaquín Mortiz, 1991.

Aquel modo de encarar la creación cinematográfica —donde no faltaron la imaginación y el talento—, devino paradigma, relegando los esfuerzos por revelar la identidad de otros pueblos, su historia y su cultura, a la agonía propia de los excluidos; y a los pocos cineastas que asumían una visión descolonizadora en su arte, a la invisibilidad más agresiva: la del silencio. Una tendencia, en fin, donde los pueblos originarios de Norteamérica desaparecieron por elipsis, mientras John Wayne se convertía en el más solicitado e imitable de los modelos de éxito, y James Bond e Indiana Jones, en sus continuadores más sofisticados. ¿Acaso ambos no exploran y conquistan?<sup>14</sup>

Europa, cuna del cinematógrafo, y nosotros, resto del mundo y mercado cautivo —incluyendo a Japón, algunas de cuyas corporaciones son dueñas ahora de las más importantes casas productoras norteamericanas—, seríamos parte del paisaje, receptores de una invasión mediática que, con el tiempo y las angustias, hallaría en Internet, la televisión y el cine, sus mejores “caballos de Troya”; hasta implementar el mayor proyecto de dominación ideológica que la humanidad haya conocido jamás. Y lo mejor de todo es que las víctimas, mientras agonizamos, podemos divertirnos. Si alguien lo duda, preguntémosnos todos: ¿Cuántos vimos 300, de Zack Snyder, precisamente en vísperas de una posible agresión a Irán? ¿Cuántos estadistas del mundo salen a cumplir sus funciones cada día con el punto de vista editorial de la CNN, Reuters y Associated Press en sus mentes? ¿Cuántos niños y adolescentes están, en este preciso instante, matando su inocencia con el mal uso del Play Station? ¿Cuántos pedófilos cuelgan o bajan, ahora mismo, imágenes de pornografía infantil en la Red? En fin, ¿cuán-

tos pensamos que lo sabemos todo y en realidad no sabemos nada?

En relación con el tema de la pornografía, especialmente sensible y execrable en cualquier latitud, en las más disímiles religiones y en todas las ideologías, cabe agregar unos pocos datos sin necesidad de explicación alguna: cada segundo se gastan mundialmente tres mil 75 dólares en productos y servicios pornográficos, y veintiocho mil usuarios de Internet visitan sitios de esta índole; cada 39 minutos está siendo creado un nuevo video porno en Estados Unidos.<sup>15</sup>

Cierto es que, con perdón de McLuhan, no se puede culpar al medio del carácter ni de los resultados del mensaje, ni que todo ha de ser visto o simplificado desde una perspectiva paranoica o globalifóbica, pues se cuentan no pocas opciones en la Red que acrecientan las virtudes y refuerzan los mejores sentimientos, pero no es desdeñable pensar en el peligro que representa cualquier intento de estandarizar las ideas y el imaginario social o, lo que es igual, de homologar la conciencia y la conducta humanas, si se dispone de tanto poder para lograrlo.

Las consecuencias de la implantación de un modelo de pensamiento único, son ostensibles en todas las manifestaciones de la vida cotidiana, sean o no de índole artística, y en cualquier parte del mundo, especialmente si miramos al interior de los Estados Unidos, donde pareciera que la sociedad ha perdido su capacidad de reacción política, para no hablar de ciertos valores esenciales, hoy en franco repliegue, también a escala planetaria.

Cada año, el Observatorio Europeo del Audiovisual da a conocer, durante el Festival de Cannes, su informe sobre las tendencias del

<sup>14</sup> Para conocer un estudio detallado de este fenómeno, consúltese: *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación. Crítica del pensamiento eurocéntrico*, de Ella Shohat y Robert Stam, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 2002.

<sup>15</sup> ROPELATO, Jerry. “Pornography Statistics 2007”, Internet Filter Review, 2007.

mercado mundial de filmes. En el correspondiente a 2008, se afirma que un año antes, en sus 38 mil 794 pantallas (58 menos que el año anterior), los norteamericanos vieron 94,1 por ciento (1,2 más) de películas producidas, total o parcialmente, por las principales corporaciones de Hollywood; 4,9 por ciento (1,6 más) propiamente europeas y, léase bien, sólo 1 por ciento (2,8 menos) provenientes del resto del mundo, lo que no deja margen alguno para hablar en términos de diversidad cultural. Por su parte, en 2007 y en 29 mil 243 pantallas (197 más que en 2006), los países miembros de la Unión Europea, vieron 69 por ciento (1,1 menos) de filmes norteamericanos o coproducidos (9,8 por ciento) con los *majors* estadounidenses; 28,8 por ciento (2,5 más) de películas de la Unión; 4,5 por ciento (0,8 más) procedentes de otros Estados del Continente, y apenas 2,2 por ciento (0,4 menos) del resto del mundo, lo que sitúa a las cinematografías de países de Asia, África y América Latina en niveles de programación similares a los que alcanzan en Estados Unidos, donde prácticamente son invisibles.

Como se aprecia, en el caso de Europa tampoco puede presumirse de que se cumpla una política que privilegie la diversidad, ni siquiera en Francia, que es el país mejor dotado de instrumentos jurídicos y conceptuales en esta materia, y el de resultados más alentadores en lo que se refiere al cine: 49,9 por ciento (44,2 en 2006) de filmes norteamericanos, 36,6 por ciento (8,1 menos que el año anterior) nacionales y 13,5 por ciento (2,4 más) procedente de otros países, la mayor cifra alcanzada en este acápite en el llamado Primer Mundo.<sup>16</sup>

De España, en particular, cuya cinematografía mantiene estrechos vínculos con la que se (co)produce en América Latina, cabe retomar lo que Román Gubern nos recordara en un artículo publicado recientemente en el diario El País: “Una encuesta de 2004 indicaba que las preferencias del público español eran, por este orden: acción/aventuras, intriga, ciencia-ficción y comedia romántica. Este esquema, muy acorde con la oferta norteamericana, presiona hacia la producción de géneros cosmopolitas estandarizados e impersonales, un terreno en el que Hollywood casi siempre derrotará a España por sus medios y su *start-system*”. Y al evaluar el fenómeno en el contexto del Viejo Continente, concluye: “En la última década, el cine ha declinado en Europa como signo de identidad cultural nacional, frente a otras actividades de masas, como el deporte. Y a la vez se ha producido un rápido declive de su centralidad en las salas públicas. Con la proliferación de soportes y de pantallas (...), se ha pasado del cine en butaca al cine en sofá. Y se está generalizando la práctica de *bajar* (...) películas a través de Internet. Y esta mutación está afectando profundamente, como no podría ser de otro modo, a la industria del cine español”.<sup>17</sup> Y de toda Europa y el resto del mundo, añadiríamos.

En los casos de India y República Popular China, cuyos mercados internos resultan determinantes en un balance de la economía cinematográfica mundial, las circunstancias tienden a ser mucho más favorables, sobre todo en el primero, donde el 76,5 por ciento de las películas exhibidas en 2007 fueron de produc-

<sup>16</sup> En la industria del libro, por ejemplo, donde Francia también exhibe los mejores resultados de Europa, las traducciones representaron 14 por ciento de la producción editorial en 2006, pero tres de cada cuatro novelas extranjeras publicadas tuvieron su punto de partida en el idioma inglés, con predominio de las norteamericanas; a tal punto, que de los diez autores más leídos, seis fueron estadounidenses, siendo Dan Brown el más solicitado (828 mil ejemplares vendidos, de los cuales 476 mil correspondieron a *El código Da Vinci*). En general, dos tercios de todas las traducciones fueron de originales en inglés. (Label France, No. 69, primer trimestre de 2008, Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos, pp. 16 y 26).

<sup>17</sup> GUBERN, Román. “¿Por qué no gusta el cine español”, El País, 2 de febrero de 2008.

ción nacional —en China serían el 54,1 por ciento, aunque siete de los diez filmes más vistos provenían de corporaciones norteamericanas, y los tres restantes, son catalogados como coproducciones, principalmente con Hong Kong; en la India, en cambio, las diez primeras del *ranking* fueron producciones propias, y la franja del mercado que correspondió al cine estadounidense llegó a ser de sólo 17,9 por ciento, quizás la más baja a escala mundial si excluimos algunos países islámicos. De cualquier modo, no se puede soslayar el hecho de que en la infraestructura cinematográfica de estos dos gigantes, tan singulares como poco estudiados en Occidente, hay nada menos que 48 mil 936 pantallas, a las que acuden 180 mil 197 millones de espectadores o, lo que es lo mismo, 128 veces más espectadores que en Estados Unidos.

Del comportamiento de la programación cinematográfica en el planeta, solo diré que ninguna de las 20 películas más taquilleras en 2007, dejó de ser norteamericana. *Piratas del Caribe: En el fin del mundo* y *Harry Potter y la Orden del Fénix*, dos filmes de muy escasa relevancia artística, fueron los más vistos, y entre ambos recaudaron, por la venta de *tickets*, aproximadamente dos mil millones de dólares, una suma superior a los ingresos de muchos países por concepto de exportaciones en sectores básicos de su economía, o por la venta de servicios que también les son fundamentales.

No se trata de que soslayemos la indiscutible valía del mejor cine estadounidense, ni que desconozcamos el magisterio y la pericia de sus grandes realizadores, sino de que tal ubicuidad (por demás forzosa) deviene avasalladora.

En la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, la presencia del cine facturado en Hollywood puede llegar, en términos absolutos, hasta 99 por ciento de la programación —Brasil, Argentina y Venezuela, serían excepciones relativas—; mientras que en el caso específico de Cuba (excepción en progreso), luego

de varios años por encima de 70 por ciento, las instituciones cinematográficas han logrado revertir esta tendencia en el ámbito de los espacios a su cargo, hasta situar la programación de filmes estadounidenses por debajo de 40 por ciento durante 2007. Esta incipiente recuperación de una red que abarca más de 500 salas (358 de cine y 169 de video), comporta el desafío de trabajar a contracorriente —especialmente si consideramos los efectos de la circulación informal de productos audiovisuales de la peor calidad y la disminución ininterrumpida de espectadores en las tres últimas décadas—, para restituir niveles de apreciación perdidos o deteriorados a lo largo de más de quince años, período en el cual este país ha estado expuesto a difíciles circunstancias económicas. En tal contexto, que se agrava en otras naciones del área, preocupan sobremanera las jóvenes generaciones, aturcidas por el marasmo de mediocridad y estulticia en que viven y se (de)forman, desprovistas de paradigmas que representen una verdadera cultura cinematográfica, sustentada en la calidad y la diversidad. De ahí que diseñar y aplicar estrategias de soberanía cultural, sea la única alternativa posible si nos proponemos seriamente salvar el futuro, y en este empeño debemos valernos de todas las tecnologías a nuestro alcance, incluso de las consideradas menos “profesionales”.

Un ejemplo palmario de los retrocesos que vienen produciéndose en nuestro Continente, es el de Argentina —país de larga tradición cinematográfica—, donde, en 2007, se estrenaron 90 largometrajes nacionales, que representan la tercera parte de los exhibidos y, sin embargo, el número de espectadores que tuvieron aquellos filmes fue de sólo 11,6 por ciento. Únicamente siete títulos nacionales rebasaron la discreta cifra de 100 mil entradas vendidas, y ninguno pudo llegar más allá del millón. “En total, según un reporte de la agencia IPS basado en estadísticas oficiales, las salas de exhibición perdieron 2,5 por ciento del público



---

Todo publicista, diseñador o difusor es,  
o debería ser, un creador comprometido  
con la utopía de la comunicación  
universal efectiva.

---

en 2007, hasta totalizar casi 33 millones de entradas”, en un país que cuenta con una población cercana a los 40 millones de habitantes. Otras fuentes, en cambio, consideran que los resultados fueron aún peores, con apenas el 9 por ciento del total de espectadores, convirtiéndose “en el peor desempeño desde 1996”.<sup>18</sup>

Los datos expuestos no son los únicos que pudieran aportarse, pero sí nos revelan el *vía crucis* por el que atraviesa el mundo en el campo del cine, y si ampliáramos nuestra mirada hasta el universo insondable de las televisoras —del que muy pocas (pienso en las comunitarias y en menor medida en algunas públicas y educativas) escapan a la maldición del mimetismo—, comprenderíamos mejor por qué se impone que todo espacio o foro cultural responsable incluya en su agenda el análisis de los medios y sus efectos en la modelación de la sociedad contemporánea.

Si los niños de los países industrializados dedican más de 70 por ciento de su tiempo fuera del aula a contemplar las letanías de una pantalla que los embrutece, ¿qué espacio quedará para la lectura y otras actividades que

contribuyan a desarrollar sus relaciones interpersonales o de naturaleza social y que fomenten el aprendizaje de una vida inteligente? Cuando la vejez arrope a los de mi generación —y aún más a quienes nos sucederán—, habremos pasado más tiempo de nuestra existencia frente a un televisor —¿y si añadiéramos la computadora?— que dedicados a funciones laborales, lo que equivaldría, dicho pronto y pensándolo bien, a diez años ininterrumpidos de nuestras vidas. ¿Qué criatura es o será la que resulte de tal “desorden cultural”, de tal experimento ciertamente maquiavélico, mucho más si sabemos que la televisión en casi todos los países, no es un marco propicio para el desarrollo de las ideas, la diversidad y la imaginación?<sup>19</sup> No habría que esforzarse demasiado para representarse el problema: diariamente nos llegan noticias del fin del mundo y del papel nefasto de los medios corporativos en la tragedia humana.

### Mirarse sin espejo

Los que trabajamos con y desde los medios, tendríamos que preguntarnos a diario si nuestro reflejo en el espejo aún nos pertenece, si no

<sup>18</sup> LACUNZA, Sebastián. “Cine-Argentina. Vuelve la mala palabra”. IPS, enero de 2008.

<sup>19</sup> Véase “Televisión, mitoinformación y control social”, Instituto de Desingeniería Social de Oxford, Ekintza Zuzena Nro. 34. <http://www.eutsi.org/kea/control-social/television-mitoinformacion-y-control-social.html>

hemos sucumbido a la tentación de ser máquinas. Carlos Marx, hereje en su tiempo y clandestino ahora, fue explícito al señalar: “Todos nuestros inventos y progresos parecen dotar de vida intelectual a las fuerzas materiales, mientras que reducen a la vida humana al nivel de una fuerza material bruta”.<sup>20</sup> En línea con el significado de esta paradoja y la dependencia del falso progreso y la novelería cientificista, habría que considerar, entre otros, juicios tan certeros como los de Marshall Berman en su libro *Todo lo sólido se desvanece en el aire*, sin dudas uno de los más inteligentes y documentados estudios que se hayan escrito jamás sobre el tema de la modernidad, vista ésta en su dimensión histórica. Tan temprano como en el Prefacio a la edición original de su obra, fechado en 1981, Berman afirma: “Podríamos incluso decir que ser totalmente modernos es ser antimodernos: desde los tiempos de Marx y Dostoievski hasta los nuestros, ha sido imposible captar y abarcar las potencialidades del mundo moderno sin aborrecer y luchar contra algunas de sus realidades más palpables”.<sup>21</sup>

En otro ámbito, y desde una perspectiva filosófica diferente, el investigador británico David Edgerton nos incita cuando, en su ensayo *Innovación y tradición. Historia de la tecnología moderna*, nos advierte: “Son demasiado frecuentes las exposiciones históricas (de las tecnologías, OG) elaboradas como si no existiesen ni pudieran existir métodos alternativos”.<sup>22</sup> Y más adelante: “La falta de sorpresas en la nómina convencional de tecnologías hace pensar que el único elemento que tienen en común es un alto grado de reconocimiento cultural, así como el hecho de haber sido consideradas, desde hace

mucho, parte fundamental de la historia del siglo XX”.<sup>23</sup>

En esencia, estaríamos hablando de lo discutible que resulta considerar, a priori, una modernidad aún no fundamentada como la quintaesencia de nuestras aspiraciones y conquistas, y a los inventos con que se nos presenta con excesivo entusiasmo en el momento de su revelación pública, desconociendo así el instante en que comienzan a probar su efectividad en la amplitud de los escenarios prácticos. En tal caso, pudieran obviarse otras tecnologías catalogadas como viejas o atrasadas, pero mucho más eficaces y generalizadas a lo largo de la historia. Esto, más allá de que la creatividad y la verdad son misteriosas, y que más de una vez el azar, la omisión, el olvido, el hallazgo inútil, o las llamadas condiciones objetivas y subjetivas, desempeñan un papel primordial en el conocimiento y los resultados de una invención determinada.

Entre Tales de Mileto (h. 640-h. 546 a. C.) con sus barras de ámbar (*electrón*, en griego) que, frotadas, producían electricidad; Luigi Galvani (1737-1798) y sus experimentos con ranas muertas para devolverles la vida mediante el nuevo descubrimiento; Alessandro Volta (1745-1827) y sus baterías primigenias; Benjamín Franklin (1706-1790) y su pararrayos, primer resultado concreto de la aplicación de la electricidad; y Mary Shelley (1797-1851) y su monumental *Frankenstein o el moderno Prometeo* (1818), primera obra literaria cuya trama se centra en la resurrección mediante el uso de la energía eléctrica, en clara deuda con Galvani; transcurren nada menos que dos mil quinientos años. Y aún entonces, no era factible producir

<sup>20</sup> MARX, Carlos, Discurso pronunciado en la fiesta de aniversario de People’s War. Carlos Marx y Federico Engels, Obras Escogidas, 2 vols., Madrid, AKAL, 1975, Vol. 1, pp. 368-369.

<sup>21</sup> Berman, Marshall, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI, edición de 1991, pp. XI y XII.

<sup>22</sup> EDGERTON, David. *Innovación y tradición. Historia de la tecnología moderna*. Barcelona: Crítica, 2007, p. 14.

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 24.

electricidad mediante un generador, lo que vino a ocurrir después que Michael Faraday (1791-1867) y otros, introdujeran y aplicaran las nociones de lo que hoy se conoce como campo electromagnético. Fue a partir de entonces que debutaron todos los equipos y servicios de esta naturaleza que utilizamos en la actualidad, y a los que tanto atribuimos el desarrollo de la ciencia y la técnica.

Siguiendo con David Edgerton, vale decir que para él no es demasiado grande la diferencia funcional que existe entre el lápiz y sus novísimos sucedáneos digitales. En lo fundamental, desempeñan roles similares, pero aquél resulta aún más extendido y determinante en la práctica. Sé que es discutible una teoría que se emparenta con la tecnofobia y el “buen salvaje” de Rosseau; sin embargo, no deja de ser atractivo repensar las consecuencias de la “moda” en un universo de tanta importancia como el de las tecnologías, mucho más si sabemos que los países subdesarrollados no han terminado de generalizar una, cuando ya deben afrontar su precipitada obsolescencia.

Hoy somos rehenes de un estilo de vida que se basa en lo efímero, en el que ni los bienes de consumo ni los de producción se caracterizan por su permanencia. Pensemos en las herramientas de realización y exhibición cinematográficas, por ejemplo: ninguna de las asociadas a los formatos digitales han sido tan duraderas como las analógicas, que predominaron hasta finales del siglo XX, y aún subsisten. A propósito, recordemos lo dicho por el historiador Carroll Pursell cuando advirtió, en 1995, que “la historia de la técnica, tal como se estudia hoy en día, privilegia el diseño sobre el uso, la producción sobre el consumo, y los períodos de cambio sobre los que parecen ser estáticos y tradicionales”.<sup>24</sup> Así estamos, sólo que el consumo es quien

gobierna, y se produce, incluso, lo que resulta inútil e innecesario, algo que, además, se vende y atesora por las masas con la misma fruición que los fetiches y talismanes de antaño. Tener “cosas” alimenta la vanidad y equivale al placer de creerse importante, del mismo modo que actúa como bálsamo ante la irremediable angustia social.

Estar al día, tecnológicamente hablando, no siempre ha sido lo más práctico o eficaz, y quedarse rezagado, tampoco. El camino de los países pobres es lograr un equilibrio basado en las necesidades, intereses y posibilidades de cada sociedad, sin renunciar a la experiencia histórica ni a las invenciones e innovaciones derivadas de su precariedad consustancial. En general, Edgerton nos propone como lo más sensato, en cuanto a tecnologías, saber distinguir entre innovación y uso, al tiempo que abunda en ejemplos, varios de los cuales son inobjektivos. Durante la Segunda Guerra Mundial, sostiene, la utilización del caballo fue más efectiva y menos costosa en las invasiones nazis, que el entonces ultramoderno cohete V-2: para adentrarse en territorio soviético, los alemanes emplearon dos veces más de estos animales que Napoleón en 1812 contra el Imperio ruso, y llegaron a perder cerca de 1,5 millones en toda Europa durante la conflagración, sin olvidar que el Ejército británico dispuso de 862 mil caballos, mulos, camellos y bueyes a mediados de 1917 con fines militares. En la etapa decisiva del despegue agrícola estadounidense, la tracción equina también fue crucial, no obstante el alto grado de mecanización que ya alcanzaba este país; de manera similar ocurrió en Finlandia cuando se produjo el apogeo de la explotación forestal en la década de 1950. Por último, debemos tomar en consideración las experiencias (recientes o acumuladas) de varios

<sup>24</sup> PURSELL, Carroll. “Seeing the invisible: new perception in the history of technology”, en ICON, vol. 1 (1995), pp 9-15.

países pobres, o en “vías de desarrollo”, ante los efectos de agudas crisis económicas o como consecuencia de los elevados precios del petróleo en el mercado mundial; experiencias que, dicho sea de paso, nunca deberían analizarse al margen de las tradiciones y las culturas de esos mismos pueblos.

En este último escenario —el de los países pobres—, la mirada de Edgerton, a pesar de lo acucioso de sus indagaciones y la prolijidad de datos en que se apoya para probar sus tesis, se resiente por el paternalismo de ciertos enfoques. Pareciera que en lo que él denomina “tecnologías criollas”, factores tan importantes como la explotación, la miseria y la desigualdad desempeñan un rol secundario, y que, en lo concerniente a las naciones ricas, el resurgimiento o la asimilación de “antiguas” y “nuevas” tecnologías, tiene la misma connotación que en el mundo pobre. ¿Acaso ignora que mientras en éste es la supervivencia lo que está en juego, en aquéllas se trataría de mejorar la calidad de una vida abismalmente superior? No pretendemos restar méritos a un estudio tan enjundioso como el realizado por este historiador inglés, pero hubiéramos preferido que su agudeza también le sirviera para profundizar en las causas sociales y en las razones históricas de las asimetrías que se dan en el nada placentero reino de las tecnologías.

En otra parte de su libro, este estudioso afirma: “Las visiones presentes del futuro dan muestras de una falta de originalidad que resulta pasmosa por su naturalidad. Tomemos como ejemplo la extraordinaria retahíla que prometían traer la paz al mundo”.<sup>25</sup> Sin embargo, en la argumentación de este mismo ejemplo, también peca por omisión y (otra vez) parece desconocer el papel de los factores sociales, políticos y económicos en los procesos históricos. Es sumamente tendencioso y

empobrecedor leer la realidad de este modo. Sería como culpar a Einstein de Hiroshima y Nagasaki. La permanente fragilidad de la paz mundial es consecuencia del mal uso de las invenciones e innovaciones tecnológicas por parte de los Estados y las corporaciones con acendrada vocación imperial; Estados Unidos en primer término.

¿Y qué pueden hacer, digamos, los diseñadores gráficos, los publicistas y los difusores ante tal amalgama de disturbios y derrumbes íntimos? Mucho, si nos atenemos a las posibilidades de influencia que les son constitucionales. Desde luego, sé del poder del encargo, de los deberes asfixiantes del contrato, de las perversidades que entraña la publicidad en aras de exaltar a toda costa el consumo; y del engaño, la ilusión y la triste imagen de un nuevo ilota atado a su *laptop*. Pero sé también de la decisiva contribución de los procedimientos artísticos menos reconocidos a las campañas de bien público, a la lucha por una cultura visual sustentable, independiente, y de su papel en la defensa de la justicia desde las alternativas mediáticas. Sé, en resumen, de lo imprescindible que resulta “diseñar” un mundo mejor, un ser humano más solidario, inteligente y libre.

Todo publicista, diseñador o difusor es, o debería ser, un creador comprometido con la utopía de la comunicación universal efectiva. En la raíz de sus intenciones, estarían las claves de un arte que se eleva mientras se consagra a su misión cívica, y que se hunde cuanto más se aferra a su vocación mecánica, menesterosa e impersonal. No se puede ser Dr. Jeckill en los congresos y Mr. Hyde en las empresas corporativas. La eficacia que se logra mediante el diseño gráfico, debería permitirnos enfatizar mucho más en las contradicciones de nuestra época, independientemente de que los medios

<sup>25</sup> EDGERTON, David. *Innovación y tradición. Historia de la tecnología moderna*. Barcelona: Crítica, 2007, p. 17

más poderosos —o precisamente por ello—, no pertenezcan a los diseñadores, y mucho menos a los difusores sin participación gerencial. Es impostergable la creación y el desarrollo de un mayor número de redes de resistencia en este campo, ciertamente permeado por la indiferencia y el clientelismo en muchos de sus estamentos más célebres y, obviamente, mejor remunerados.

Por aleatorio que parezca, lo que hemos repasado hasta aquí, no constituye un fenómeno ajeno a la intelectualidad más participativa de nuestros días; muchas son las indagaciones y pronunciamientos que se suscitan al respecto en diferentes foros de discusión y en los más sobresalientes espacios de resistencia. Tampoco es extraño, por supuesto, para los diseñadores gráficos, publicistas y difusores, buena parte de los cuales —sobre todo los que actúan en y desde

la periferia— participar de esta respuesta colectiva, cada vez más radical.

Se trataría, entonces, de acentuar nuestra función crítica, de estar atentos al perjuicio que representa la instrumentalización de los deberes como ciudadanos y artistas, y al daño que hacen la novelería y la tecnocracia a nuestro trabajo diario. Porque, de no actuar con absoluta conciencia de nuestra responsabilidad, estaríamos ante una suerte de narcisismo fatalista, o seríamos cómplices y, desde luego, víctimas —consciente o inconscientemente, poco importa a estas horas— de la irreversible destrucción de los pilares que siempre han inspirado al mundo en su manifestación más trascendente y amenazada: la de los valores humanos. Y si algo nos pudiera salvar, pensémoslo bien, difícilmente serían el silencio y nuestra complacencia. **BU**

