

# Contexto y pretextos: tierra fértil para el entretenimiento

Ramón Acín

**UN MUNDO DONDE EL PENSAMIENTO SE HA DEVALUADO Y EL OCIO PARECE LO CONTRARIO DE LA REFLEXIÓN, PERO TAMBIÉN LLENO DE NOVEDADES TECNOLÓGICAS Y FUTUROS ACECHANTES ES EL QUE DIBUJA EL PROFESOR RAMÓN ACÍN EN ESTE ARTÍCULO.**

A comienzos de la última década del siglo XX, cuando la democracia liberal creyó haber alcanzado sus objetivos, cobró cierta fuerza la idea del «fin de la historia» (1). En el terreno de la realidad, esta creencia significaba la fusión de la democracia representativa con la ideología de mercado. Una fusión que, salvo raras excepciones, ha sido encumbrada como auténtico principio y como el mejor valor de la humanidad globalizada de nuestros días. Su consideración significó que la cultura liberal deviniese en cultura de mercado y, en consecuencia, conllevó también la merma, cuando no desaparición, de determinados principios, antaño potentes que bien no respondían o bien estaban alejados de la preponderancia de las nuevas premisas comerciales. Unos principios que, por otra parte, casi hasta el final del XX, habían sido claves para la humanidad por sus características críticas, de modelación social, de ordenación o, incluso, de carácter o de necesidad moral –justicia, derechos ciudadanos...–.

Tanto si este cambio ya ha acaecido, como si aún estamos asistiendo al mismo –nuestra vida es breve, lo cual impide que podamos alejarnos lo suficiente del pasado para observar el desarrollo de cambios absolutos–, lo cierto es que la realidad que vivimos difiere en algo de la vivida hace tres décadas. Sin duda, la sociedad del siglo XXI, la forma de desenvolvernos en ella y, por supuesto,

la manera cómo la entendemos se aleja de los tradicionales presupuestos, principios y criterios que fueron hábito y norma hasta las últimas décadas del siglo XX.

Es cierto. Vivimos en un mundo cuando no distinto, si alterado. Al menos, en buena parte ante la presencia de las diferentes formas de concebir la vida y su relación económica como ya hemos mencionado. Tan sólo basta mirar el entorno: influyentes conceptos de empresa (2), cambios en las relaciones sociales... y, en particular, todo cuanto se deriva del fortísimo impacto de las nuevas tecnologías –*Internet* y medios digitales, en especial–, cada vez más poderosas y en continuo movimiento y progresión.

Un impacto irreversible desde cualquier punto de vista. E irreversible, sobre todo, porque las nuevas tecnologías se han situado como epicentros indiscutibles para la producción de conocimientos, al tiempo que son, también, motores de desarrollo para las nuevas aptitudes, destrezas y aprendizajes que son imprescindibles en la vida actual. Funciones de motor y epicentro que no sólo se refieren a todo cuanto es propio al manejo de las nuevas tecnologías, sino también a la comprensión de los conocimientos que, con ellas, se obtienen. Pese a la confusión y miedos que pudieran destilarse de tanta novedad que, además, evoluciona velozmente, pese a todo ello existe –al igual que desde que la humanidad es tal– la necesidad de buscar orden en la confusión y de alumbrar en el caos que transmite el cambiante universo de la red. En ello estamos, combatiendo la incertidumbre que aporta el alud de la era digital.

Desde los años 90 del siglo XX, la celeridad innovadora de la tecnología digital está afectando en todas las esferas. Desde la transformación de las modalidades de negociación a procesos de interacción e inmediatez, por ejemplo, entre muchos y variados aspectos. Innovación e impacto que no se reduce al uso de lo digital como herramienta o como soporte, sino que, incluso, deja sentir su intensidad hasta en la misma concepción del arte en general. Las infinitas posibilidades que abre el mundo digital, amplían, sin duda, las formas de entender el arte actual, el universo en el que éste se desenvuelve y las formas de acceder a su comprensión. Piénsese un instante, sin ir más lejos, en la revolución que conlleva y en el nuevo frente creativo que inaugura la aparición del llamado «arte de los *mass media*» o «arte digital». Posibilidades en

las que también debe tenerse presente el impacto consiguiente que esta nueva forma de concebir el arte desarrolla sobre el área relativa, tanto al mediador como al consumidor (informador, crítico y lector, en nuestro caso).

No hay duda, lo digital es, a la vez que progreso, un nuevo reto y un nuevo campo de actuación a sumar al resto, ya existente, de posibilidades típicas del acto creativo. Sin embargo, no hay que perder de vista –aprovecho una respuesta del editor gráfico de la famosa agencia MANN, Jimmy Fox– que con lo digital también puede llegar más mediocridad y sufrir, de nuevo, un aluvión de diarrea visual. Algo que, en parte, sucede en literatura desde el uso instrumental del ordenador y la consiguiente desaparición de dificultades de impresión y la reducción de costes, especialmente, a la hora de editar. En España, por ejemplo, se publicaron en el último año cerca de unos 70.000 títulos. Una cantidad enorme de libros editados, tan increíble como imposible de leer –cantidad, además, que difiere de la calidad– que, en lo que respecta a creación literaria, aumenta continuamente (3).

Pero, además, junto a los cambios técnicos derivados de las nuevas formas tecnológicas, no deben olvidarse otros aspectos de impacto social e individual, pues, como, no hace mucho, apuntaba en su columna, «Zoom», el escritor/columnista Manuel Hidalgo (4) «vivimos en una sociedad dura, desestructurada, de solitarios, que tiende a dejar a su suerte a los individuos en una desabrida lucha por la supervivencia». Hidalgo acierta en el apunte de términos concretos y muy significativos, que nada tienen que ver con los viejos y gastados principios de solidaridad, de igualdad... o, incluso, con la traída y llevada «sociedad del bienestar». Términos todos ellos de continuo frecuentados hasta la saciedad en épocas relativamente recientes.

La cultura de mercado se halla hoy tan presente en la sociedad «desestructurada» de occidente que lo envuelve todo. Y es tal la envergadura de esta omnipresencia que ni siquiera hay escapatoria para quienes todavía, mediante el acceso que proporciona el trabajo, no están incrustados del todo en la sociedad adulta. Así, la telaraña mercantil envuelve tanto a la juventud, como a la infancia, ambas proveedoras de los lectores del mañana.

A la juventud, futuro próximo de nuestra sociedad, hoy día fascinada por el dinero y la necesidad de medrar, le afecta porque, incluso, su concepto de formación se hunde en la perentoria y obsesiva especialización de sus carreras profesionales; carreras en las que suele obviarse casi todo lo referente a los obligados principios cívicos y humanos tan presentes en el hábito de la lectura. Los mismos educadores, formados en la «episteme» tradicional y cada vez más aislados socialmente y, por tanto, lejos de ejercer ya una función verdaderamente educativa, creen a pie juntillas que lo que hoy día interesa es, antetodo, el aprendizaje instrumental y técnico, obviando así el resto de sus funciones como formadores de ciudadanos, desde antiguo fundamentales (5). El sistema educativo, primando lo anterior, por mucha campaña de fomento que lance, castiga a la lectura porque ésta apenas resulta rentable a corto plazo en el sistema educativo-económico que hoy prima. No ocultamos que la lectura es una destreza que necesita de un recorrido largo, que escapa del corsé, que se asienta en la motivación, que necesita del esfuerzo individual..., pero ello y otros variados aspectos que le acompañan no deben servir de excusa para la dejadez y olvido tradicionales. Ante todo porque entre el 66% de españoles que dicen leer habitual y ocasionalmente, el 73 % corresponde a la franja joven que termina en los 24 años (6).

Por otra parte, ya que estamos hablando de cultura también debe citarse que el aprendizaje técnico resulta siempre más cómodo, mecánico e impactante para los jóvenes de hoy que cualquier otra posibilidad creativa o formativa. Amén, claro está, de conllevar mucho menor esfuerzo que el que exige la práctica de la reflexión y del razonamiento. Sin duda, aprender la elaboración de envolturas artísticas resulta más sencillo y gratificante para nuestros jóvenes, amamantados en la superficialidad y en la casi ausencia de esfuerzo, que construir la estructura discursiva que otorga coherencia –técnica y conceptual– al producto que puedan crear. Por tanto, en la actualidad, la envoltura del producto resulta tan esencial o más que el producto mismo. Y de ahí, el placer como finalidad, la asimilación rápida –y desechable– como método... y, así, sucesivamente otros variados aspectos clarificadores del presente paraíso de ocio rápido que busca, cuando menos, alejar la angustia de problemas.