

# Contornos del NO: subjetividades, territorio y producción cultural



María Iribarren\*

*“La civilización actual concede a todo un aire de semejanza”.*  
Max Horkheimer y Theodor Adorno

*“La lengua sin arcaísmos, sin erudición. Natural y neológica.  
La contribución millonaria de todos los errores. Como hablamos. Como somos”.*  
Manifiesto Pau-Brasil, Oswald de Andrade

*“La patria es el Otro”.*  
Cristina Fernández de Kirchner

**Palabras clave:** Industrias culturales - territorios - subjetividades - videojuegos - audiovisual

## 1. Justificación

El nombre *Contornos del NO* funda un homenaje y proyecta una quimera.

El homenaje refiere a los hombres y a la mujer que crearon la revista *Contorno* en los años posteriores al golpe de Estado del '55, con el propósito de disputar la hegemonía crítica al grupo Sur liderado por Victoria Ocampo.

\* Coordinadora de las Tecnicaturas en Industrias Culturales (UNPAZ); docente de Historia del cine; periodista.

De la lectura de Ismael y David Viñas, de León Rozitchner, de Adelaida Gigli y de Noé Jitrik, entre tantos otros que rayaron las páginas de la mítica *Contorno*, aprendimos a pensar el campo cultural desde la Historia política (“El texto es el contexto”) y a configurarnos como intelectuales críticos. En esas dos inflexiones podemos reconocernos.

La quimera excede estas páginas y derrama en nuestra práctica docente. Es una especie de fémur lanzado al vacío: intervenir en las condiciones del presente para alterar el porvenir, aunque más no sea, desde el deseo y la convicción.

Docentes y estudiantes de la Tecnicatura en producción y diseño de videojuegos y de la Tecnicatura en producción de medios audiovisuales de la Universidad Nacional de José C. Paz (UNPAZ), nos proponemos (nos comprometemos a) trajinar el territorio. Vamos a pensar los contornos del NO, pisando el NO. Aprendiendo el NO. Conversando con el NO. Recuperando su verdad y su memoria. Los ruidos y las imágenes de sus calles. Los relatos que se juegan en sus pantallas.

Espacio para la reflexión y el análisis, la divulgación de experiencias y de novedades. La resistencia cultural y la Historia. *Contornos del NO* será un punto de confluencia de saberes y tradiciones, de generaciones, de prácticas y modelos productivos, de ideologías, de subjetividades y de territorios.



## 2. Hipótesis

Si algún sentido sigue teniendo hoy la palabra cultura (no me refiero al plano de la política pública ni al de la resistencia contrahegemónica, sino a los tejidos culturales que anuda la sociedad) habrá que buscarlo, necesariamente, en las subjetividades y los territorios del Conurbano Bonaerense. Es ahí donde lo global se choca y se mestiza, más rápida y conflictivamente, con el repertorio de prácticas simbólicas e identitarias que caracterizan a cada región.

En los últimos veinte años, viene ocurriendo en el espacio que la fenomenología académica designa como “periferia” que los pueblos reacondicionan o fundan sus instituciones culturales (más o menos formalizadas), sus medios de comunicación, sus escuelas comunitarias, sus centros culturales y de formación. Ámbitos que crecen entreverados con los tradicionales y más arraigados: la sociedad de fomento, la biblioteca popular, el comedor vecinal, en los que el Estado brilla por su ausencia.

También es “aquí”, en José C. Paz, San Miguel, Moreno, Malvinas Argentinas y un sinfín de barrios circundantes, donde los resabios de saberes milenarios (originarios) conviven en un mestizaje (perpetuamente germinal), cuya belleza impura se expresa en las lenguas (y sus textos), los ritmos (y sus ritos), las texturas (los colores y las tramas, los sabores y las materias primas) diferentes en y de cada una de las comunidades de migrantes latinoamericanos, europeos y asiáticos que se establecieron en este cordón cósmico de la cintura bonaerense.

En este sentido, en el mapa del NO alternan la pobreza, la marginalidad y la expectativa pequeño burguesa; el voluntarismo (el voluntariado), la conciencia de clase y el punterismo (siempre) depredador. La tecnología 2.0 con la infraestructura deficitaria. El “perfume al filo del dolor” de una pertenencia con raíces bien puestas.



### 3. Radiografías

Un rasgo histórico característico de la producción cultural en Argentina es la disimetría entre Buenos Aires y el resto de las provincias. A su vez, en los Estados provinciales, se replica ese mismo itinerario que va de la concentración a la dispersión, desde las ciudades y los pueblos grandes, hacia el interior profundo.

El sector productivo nacional dedicado a la cultura se reparte según tres grandes grupos: productores propiamente dichos; distribuidores y/o comercializadores y prestadores de servicios.

Mientras que los sectores productivos industrializados son seis más sus variables: las artes escénicas (teatro, danza, títeres), el audiovisual (cine, televisión, radio), la edición gráfica (libros y revistas, librerías), el diseño (de indumentaria, industrial y gráfico), la música (en todos los géneros de la expresión popular), el videojuego.

La hechura económica se modifica según el tamaño de cada proyecto. Predominan cuatro modelos: el estudio unipersonal, la pyme familiar, la organización social y la cooperativa de trabajadores.

En Argentina, el Estado sigue siendo un jugador significativo en lo que hace a los espacios de exhibición (salas de cine, salas de teatro), circuitos de divulgación (centros culturales, etc.) y/o de preservación del patrimonio cultural (bibliotecas, museos).

Desde otro punto de vista, el Estado es deudor en mora en relación a la modernización de los marcos jurídicos que aplican a la producción industrial de cultura, en materia de derechos de autor, marcas y patentes, copyright, regulación de las entidades gestoras de derechos, legislación aduanera, etc.

Finalmente, lo es también en lo que hace al diseño de políticas de fomento de la producción cultural, de alcance nacional y regional. Cabe señalar que, en la actualidad, el Ministerio de Cultura de la Nación promueve la figura del “emprendedor” y la práctica del “emprendedorismo”. Ambos conceptos están en las antípodas de la concepción cultural con la que, desde nuestras carreras, abordamos la enseñanza y el análisis del campo de la creación simbólica.



#### 4. Apropiaciones

En julio de 2011, organizado por la Secretaría de Cultura de la Nación, se realizó la primera edición del **Mercado de Industrias Culturales (MICA)**, hasta esa fecha, una experiencia inédita en el país.

En efecto, por primera vez, los seis sectores más pujantes de la industria cultural argentina se reunieron con empresas de todo el mundo para concordar una agenda comercial en común, intercambiar información y exhibir la producción nacional ante los visitantes internacionales.

Más allá del balance en números, la experiencia arrojó un saldo positivo que redundó en la realización del **MICA** en formato itinerante a través de cada una de las seis regiones provinciales (en 2012 y 2014), dos nuevos **MICA** nacionales (en 2013 y 2015), y un **MICSUR** (2014) con la participación de diez países de Latinoamérica.

El **MICA** obligó a pensar el ecosistema de la cultura desde puntos de vista distintos (complementarios) en los que vale la pena demorarse. En primer lugar, demostró que la idea de “industria cultural”, en singular, carece de impacto descriptivo salvo que se trate de la referencia histórica al momento en que Adorno y Horkheimer<sup>1</sup> dieron a conocer su conceptualización. Es decir, la posguerra.

Fuera de ese contexto, los procesos específicos que requieren la realización audiovisual, el desarrollo de videojuegos, el diseño de indumentaria y/o el industrial así como la empresa editorial, ameritan el plural como marca de una complejidad que se agrega a la disputa por el sentido (arte versus cultura, cultura versus mercado), en tanto nudo problemático (especificidad) propio de las industrias culturales bajo el dominio capitalista.

---

<sup>1</sup> Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.

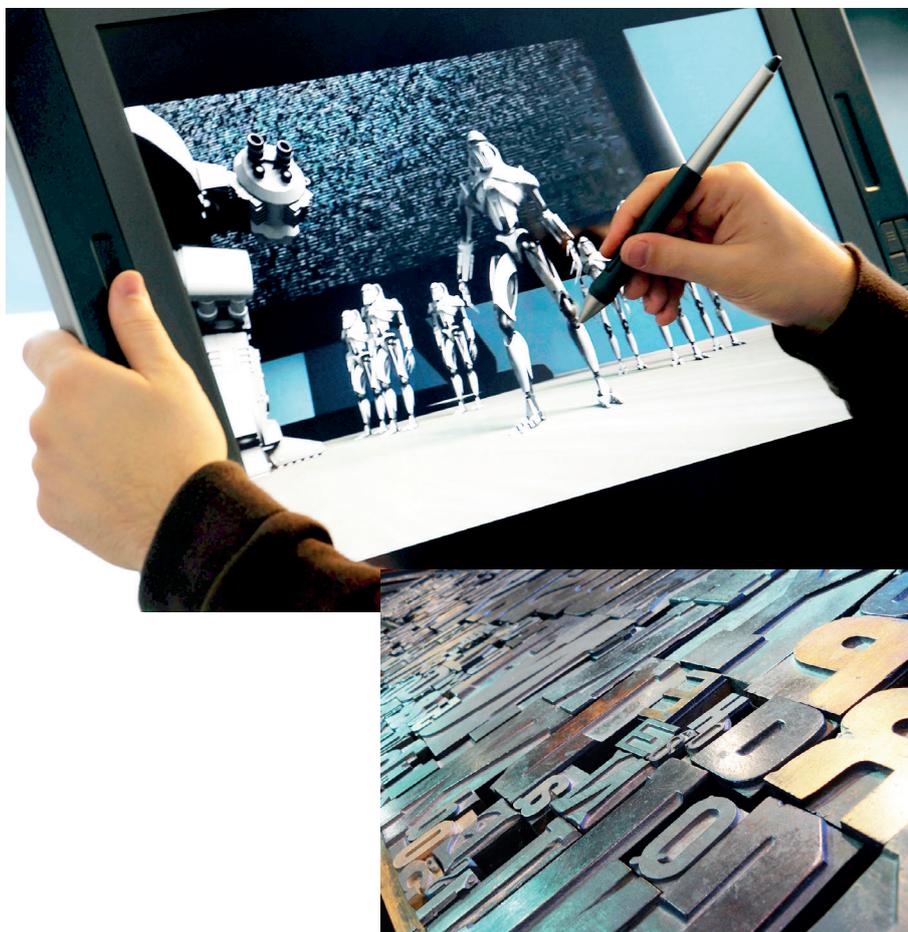
En segundo lugar, el **MICA** sirvió para poner en valor, darle rango y visibilidad federal a una producción tradicionalmente confinada a su lugar de origen, homologada a menudo con el artesanato, alejada de las políticas nacionales de fomento.

Por último, el **MICA** resultó crucial para ensayar canales de comercialización a partir de las redes creadas, así como para el ensayo de formas de agrupamiento asociativo, clusters y otras menos convencionales, incluso, transversales a los seis sectores o a más de una práctica.

Este último propósito, a su vez, demanda una doble lectura: en principio, el **MICA** transmitió a los productores la convicción de que era perfectamente factible aspirar a que una parte de sus ganancias provinieran del “mercado interno ampliado”, es decir, el MERCOSUR. Un horizonte que no figuraba en los papeles de las corporaciones culturales.

Por esa misma vía, resultó perfectamente factible apropiarse de las herramientas y de las lógicas del Mercado a fin de adaptarlas al campo concreto de la comercialización de bienes culturales, tomando en cuenta las dinámicas singulares de cada provincia, región o país, las necesidades y los anhelos del grupo productor.

Esta historia, debería continuar.





## 5. Azares

Desde el inicio del nuevo siglo, la variable tecnológica (de la mano de los formatos digitales) impuso la reconsideración de la producción cultural en su conjunto en vistas a un cambio de paradigma. Una transformación que, a excepción del videojuego que “nació” digital, ya afecta las condiciones de producción, las lógicas de distribución y de consumo de todas las demás prácticas.

¿Sigue siendo “cine” una película filmada en soporte digital que, luego, será visualizada en solitario, a través de dispositivos móviles, transgrediendo las configuraciones de la imagen cinematográfica (el cuadro, el raccord, el travelling) e incluso interrumpiendo la “emisión”, llegado el caso?

La versatilidad y maniobrabilidad (lectura-búsqueda-interacción) que provee el ebook, ¿es homologable a la del libro convencional? El mismo nombre, ¿puede designar dos objetos tan diferentes?

En otro orden de asuntos, ¿qué leyes de protección autoral asisten al videojuego en tanto desarrollo industrial fuertemente anclado a la dimensión identitaria?

La pregunta por la tecnología nunca es una pregunta tecnológica. En este caso, se trata del sentido (¿los nuevos sentidos?) que los bienes culturales alcanzan tras la mutación del paradigma analógico al digital. Por ejemplo, en la experiencia audiovisual, el pasaje del soporte fílmico al soporte digital adultera el menú conceptual de lo que llamamos (hasta ahora) “cine”. Por el contrario, la sustitución de la tecnología analógica por la digital, en la imagen televisiva, resulta absolutamente irrelevante al concepto. No obstante, en ambos casos, los modos de la recepción y la circulación han variado llegando a impactar en las rutinas de socialización y la vida familiar.

Así, la hibridación tecnológica que atraviesa el campo audiovisual en su conjunto enciende las alarmas sobre la ausencia de políticas públicas (de educación y fomento) en torno a la preservación del patrimonio audiovisual.

El videojuego está más lejos aún de ese paraíso.

Somos parte de una “época” signada por dos corrientes contradictorias: la digitalización y la globalización de la producción cultural. Si el primer fenómeno llama a la exploración y la prueba de nuevos lenguajes, relatos y dispositivos, el segundo tiende a aplastar de antemano esa diversidad imponiendo estándares, clausurando toda libertad creadora.

¿Qué hacer en este escenario? Por lo pronto, plantear el problema y abrir el debate desde las páginas de esta revista. Sabiendo que no hay cultura fuera de un territorio, ni territorio ajeno a los sujetos que circulan a través de ese espacio de mestizaje y confluencia.

Con estos interrogantes y unas pocas certezas, inauguramos *Contornos del NO*.

Esta historia sí continuará.

## THEODOR ADORNO Y MAX HORKHEIMER

# La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas (fragmento)



Universidad de Frankfurt. Max Horkheimer saluda a Theodor Adorno

“Hoy las obras de arte, como las directivas políticas, son adaptadas oportunamente por la industria cultural, inculcadas a precios reducidos a un público reluctante, y su uso se torna accesible al pueblo, como el de los parques. Pero la disolución de su auténtico carácter de mercancía no significa que sean custodiadas y salvadas en la vida de una sociedad libre, sino que ha desaparecido incluso la última garantía de que no serían degradadas a la condición de bienes culturales. La abolición del privilegio cultural por liquidación no introduce a las

masas en dominios que les estaban vedados, sino que en las condiciones sociales actuales contribuye justamente a la ruina de la cultura, al progreso de la bárbara ausencia de relaciones. Quien en el siglo pasado o a comienzos de éste gastaba su dinero para ver un drama o para escuchar un concierto, tributaba al espectáculo por lo menos tanto respeto como al dinero invertido en él. El burgués que quería extraer algo para él podía a veces buscar una relación con la obra. La llamada literatura introductiva a las obras de Wagner y los comentarios al *Fausto* son testimonio de este hecho. No eran aún más que una forma de paso a las notaciones biográficas y a las otras prácticas a las que la obra de arte es hoy sometida. Incluso en los primeros tiempos del sistema el valor de intercambio no era arrastrado tras el valor de uso como un mero apéndice, sino que se lo había desarrollado como premisa de éste, y esto fue socialmente ventajoso para las obras de arte. Mientras era caro, el arte mantenía aún al burgués dentro de ciertos límites. Ya no ocurre así. Su vecindad absoluta, no medida más por el dinero, respecto a aquellos ante los que es expuesto, lleva a su término el extrañamiento, y asimila a obra y burgués bajo el signo de la reificación total. En la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto: la crítica se ve sucedida por la *expertise* mecánica, el respeto, por el culto efímero de la celebridad. No hay ya nada caro para los consumidores. Y, sin embargo, estos intuyen que cuanto menos cuesta algo, menos les es regalado. La doble desconfianza hacia la cultura tradicional como ideología se mezcla a aquella hacia la cultura industrializada como estafa”.

**ALEJANDRO ARTOPOULOS**

## Desarrollo 2.0. El desafío de las industrias creativas (fragmentos)



Alejandro Artopoulos

“Luego de la crisis del 2001, nos sorprendimos con la aparición de nuevas industrias culturales que batieron récords de exportaciones. Generaron contenidos que fueron consumidos en países de todo el mundo. Hubo universidades que abrieron carreras novedosas en

“Diseño y Programación de Videojuegos” que estimularon la creación de empresas basadas en conocimiento. Una empresa de videojuegos argentina fue comprada por Disney. A su vez, otra empresa argentina de desarrollo de software compró una empresa norteamericana de aplicaciones para móviles ubicada en el Silicon Valley. Google y Facebook eligieron Buenos Aires para localizar sus operaciones latinoamericanas, en tanto es la Argentina el primer país de la región en tener un capítulo propio y un representante en el board de la Fundación Wikimedia. De hecho el país lidera junto con Uruguay el ranking de exportación de software y servicios informáticos en Latinoamérica. Mercado Libre, fundada en Buenos Aires, al calor de la fiebre punto com de fin de la década del noventa hoy es la única empresa latinoamericana que cotiza en NASDAQ. ¿Qué es lo que está pasando? [...]

Florida desarrolló la “teoría de las tres T” del crecimiento económico: tecnología, talento y tolerancia. El talento es el motor de una nueva economía basada en servicios de valor agregado, la tolerancia es el mecanismo de atracción del capital humano. La tecnología no es otra cosa que el medio de producción privilegiado del procesamiento de símbolos de la economía creativa, también el medio de distribución ideal para los bienes culturales y, por último, el canal mediante el cual se asegura que lo diverso sostiene permanentemente la integración social. [...]

El 82% del comercio mundial de bienes culturales está en manos de países desarrollados (UNCTAD, 2008).<sup>2</sup> Este dato parece indicar que la Sociedad del Conocimiento es mucho más real en el mundo desarrollado, sin embargo el modo de producción basado en el conocimiento no es diferente en la periferia (Castells, 1996).<sup>3</sup> Casos como los formatos de TV y Videojuegos son evidencia que muestra que existen oportunidades de construir sólidas industrias creativas cuando se domina este proceso de producción y se establecen las redes de conocimiento y de comercialización internacional necesarias.

La transformación digital de Latinoamérica es evidente en la superficie del consumo cultural, la alta definición en los medios de comunicación, la informatización de los sistemas educativos, el liderazgo móvil de los jóvenes y la tímida emergencia tanto de industrias tecnológicas como de industrias creativas. Sin embargo, es difícil admitir la decadencia de la sociedad industrial para aquellos que construyeron su poder alrededor de la modernidad del empleo calificado de la manufactura. La ideología industrialista sostiene una mirada miope sobre los cambios de nuestra época y se basa en una epistemología que ordena el conocimiento en jerarquías rígidas desdénando la flexibilidad del conocimiento enlazado entre redes” (Gibbons, 1994).<sup>4</sup>

2 Naciones Unidas (2008). *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. Recuperado de <http://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=945>

3 Castells, M. (1996). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura: vol. 1*. Madrid: Alianza.

4 Gibbons, M. (1994). *The new production of knowledge: the dynamics of science and research in contemporary societies*. London, Sage.