

Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas?

Ana Clara Azcurra Mariani¹

Recibido: 04/03/2019; Aceptado: 02/04/2019

Cómo citar: Azcurra Mariani, A. C. (2019). Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas? *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 98-119. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e005>

Resumen

En este trabajo nos proponemos un acercamiento exploratorio a las charlas *TED* (*TED Talks*), producto audiovisual alojado en la plataforma YouTube y la web **ted.com** de gran circulación y consumo. Frente a un actual régimen de acumulación flexible que parcela las voluntades y las responsabilidades vitales de manera individual, explorar críticamente las características de *TED* nos acerca a los patrones actitudinales actuales frente al conocimiento y la acción política.

TED parece ofrecer un producto a tono con el *hedonismo nihilista* al que se refiere Mark Fisher (2016), ese *no pensar* que se apropia de discursos rápidos y digeridos que permiten ostentar un supuesto conocimiento multidisciplinar e ilustrado. Una profundización en su formato puede iluminar intersecciones discursivas menos innovadoras de las que su apariencia indica, y lo suficientemente conservadoras en sus valores basales. En este sentido, el artículo se expande sobre cómo las famosas charlas funcionan como estructura en sintonía con las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo, para luego avanzar sobre cómo incorporan a oradores que tensionan el formato por sostener lugares de enunciación y de origen subalternos.

¹ Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Becaria UBACyT del Doctorado en Ciencias Sociales con lugar de trabajo en el Instituto de Investigaciones Gino Germani. Docente del Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva - carrera de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencias Sociales -UBA. azcurramariani@hotmail.com

Palabras clave: Charlas TED, Industrias Creativas, Multiculturalismo, Mark Fisher.

Abstract

In this work we propose an exploratory approach to *TED talks*, an audiovisual product hosted on the YouTube platform and **ted.com** of great circulation and consumption. Faced with a current regime of flexible accumulation that parcels the wills and the vital responsibilities in an individual way, critically exploring the characteristics of TED brings us closer to current attitudinal patterns in the face of knowledge and political action.

TED seems to offer a product in tune with the *nihilistic hedonism* referred to by Mark Fisher (2016), that *not thinking about* that appropriates quick and digested discourses that allow us to show a supposedly multidisciplinary and enlightened knowledge. A deepening in its format can illuminate discursive intersections less innovative than their appearance indicates, and sufficiently conservative in their basal values. In this sense, the article expands on how the famous talks incorporate speakers who stress the format by sustaining subaltern places of enunciation, and how the organization functions as a structure that fits with the cultural logics of contemporary capitalism.

Keywords: TED talks, Creative Industries, Multiculturalism, Mark Fisher.

Resumo

Neste trabalho propomos uma abordagem exploratória das conversas do TED (TED Talks), um produto audiovisual hospedado na plataforma do YouTube e na rede ted.com de grande circulação e consumo. Diante de um regime atual de acumulação flexível que parcela responsabilidades vitais individualmente; explorar criticamente as características da TED nos aproxima dos padrões atitudinais em face do conhecimento e ação política.

TED parece oferecer um produto de acordo com o hedonismo nülista referido por Mark Fisher (2016), tal não pensando, se apropria dos discursos rápidos e digeridos que permitem uma ostentação de um suposto conhecimento multidisciplinar e iluminado. Um aprofundamento em seu formato pode iluminar interseções discursivas menos inovadoras do que sua aparência indica, e suficientemente conservadoras em seus valores basais. Nesse sentido, o artigo expande sobre como as famosas conversas funcionam como uma estrutura em sintonia com as lógicas culturais do capitalismo contemporâneo e, em seguida, avançar sobre como incorporar falantes que enfatizam o formato para sustentar lugares de enunciação e origem subalternas.

Palavras-chave: TED, Indústrias Criativas, Multiculturalismo, Mark Fisher.

1. Introducción

El realismo capitalista ha instalado una ontología de negocios en la que simplemente es obvio que todo en la sociedad debe administrarse como una empresa.

Mark Fisher

TED es un acrónimo que sintetiza en una sílaba los conceptos “Tecnología, Entretenimiento, Diseño”. Los acrónimos tienen la virtud de convertir frases o conjuntos de palabras en siglas que utilizan las iniciales de los mismos con un significado que excede el de las palabras que la componen, es decir, pueden convertirse en fenómenos de producción de sentido refractario, pero relativamente estable (más allá de lo que significan las palabras que involucra la sigla TED, la misma se ha convertido en una marca con cierto universo simbólico que exploraremos más adelante). Ahora bien, similar al funcionamiento lingüístico de los acrónimos, pero con un tinte más esotérico, existen los denominados *notaricones*.

El *notarición* es un acrónimo que entiende que la palabra (la sigla) que se obtiene por la utilización de las iniciales que la componen adhiere un significado oculto cuya interpretación es trascendental para develar algún aspecto de la sabiduría universal.

El notarición es uno de los métodos de interpretación que utiliza la *cábala*, escuela de pensamiento filosófico esotérico judío (aunque también se le atribuye al cristianismo en general). Su interés es la reflexión y el entendimiento del hombre, la naturaleza y el crecimiento espiritual. Quizás por asociar esto al pensamiento mágico, pensar en TED como un notarición nos mueve hacia la posibilidad de reflexionar sobre sus derivas simbólicas, y el vínculo que establece con los discursos hegemónicos subjetivantes del siglo XXI asociados al voluntarismo mágico, la acción individual (“libre albedrío”), la interpelación emotiva y la espiritualidad. Como afirma Mark Fisher, la religión y el pensamiento mágico ganan cuando se habita en y desde la desesperanza, cuando “*sólo la esperanza sin sentido parece tener sentido. Proliferan entonces la superstición y la religión, los primeros recursos del desamparado*” (2016: 23). El realismo capitalista, para el autor la *atmósfera general* de estos discursos, es ese horizonte de expectativas que en gran parte se sostiene por aquello de que *no hay alternativa* (“there is no alternative”) al sistema mundial que “supimos” conseguir, y opera condicionando “*no sólo la*

producción de cultura, sino también la regulación del trabajo y la educación, y que actúa como una barrera invisible que impide el pensamiento y la acción genuinos” (2016: 41).

TED es un ejemplo y una excusa para hablar sobre las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo, sus modos de subjetivar transversalmente y de forma impersonal a partir de un colchón de conceptos y sentidos que performan sujetos responsables de sí y culpógenos frente al fracaso. Frente a un régimen de acumulación flexible que parcela las voluntades y las responsabilidades de manera individual (frente a la educación, el trabajo, el ocio y la salud, entre otras), explorar críticamente las características de TED como patrón actual de la actitud frente al conocimiento y la “acción” política, puede iluminar intersecciones discursivas menos innovadoras de las que su apariencia indicaría, y lo suficientemente conservadoras en sus valores basales.

TED pareciera ofrecer un producto a tono con el *hedonismo nihilista* del que también habla Fisher, ese *no pensar* que se apropia de discursos rápidos y digeridos que permiten ostentar un supuesto conocimiento multidisciplinar e ilustrado. Es en este sentido que el artículo se expande sobre cómo las famosas charlas funcionan como estructura en sintonía con las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo, para luego avanzar sobre cómo incorporan a oradores que tensionan el formato por sostener lugares de enunciación y de origen subalternos.

Pero, ¿qué es TED?

2. Ideas dignas de difundir

TED comenzó su actividad como una conferencia de única vez en 1984 creada por Richard Saul Wurman. En 1990, actualizó su formato como convención de cuatro días en California, cuyos asistentes erogaron 475 dólares por cabeza para acceder a las charlas y actividades allí ofrecidas, todas ellas en relación a la innovación y la tecnología en diversas áreas del conocimiento. El actual director de TED, Chris Anderson, compró los derechos en 2001 y lo transformó en lo que se conoce hoy en día, una organización sin fines de lucro que comporta principalmente dos formatos. Por un lado, la pionera conferencia *TEDGlobal* y

por el otro, las famosas TEDx² locales, las “charlas TED” (TED Talks), cuya licencia adquieren de forma gratuita terceras personas, sin fines de lucro, en todo el mundo³. Estas charlas organizadas de forma independiente son el caballo de batalla de la organización, y suponen la participación nada azarosa de personas “expertas” en alguna ciencia o disciplina, o al menos con alguna experiencia “digna” de difundirse. En un máximo de dieciocho minutos y frente a un auditorio, deben demostrar sus talentos, apoyados o no por filmas, videos y/o imágenes. El formato temporal es innegociable, y aquello que se dirá en la exposición atraviesa un proceso de montaje, guionado y ensayo como el de una obra teatral, con un coach asignado.

TED se propone como escenario para las ideas que pueden *cambiar el mundo* a través de *conversaciones cortas y poderosas*. Según la estadística promovida por Carmine Gallo, asesor de comunicación y coaching, quien escribió el libro *Hable como en TED. Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores* (2016), se estima que por día se realizan cinco charlas TED en alrededor de 130 países.

La mayor expansión de TED arribó con la puesta en órbita de la web ted.com en el año 2006, plataforma donde se cargan los videos de las charlas (al menos de las que “salen bien”). Seis años después de la inauguración del sitio, los videos se vieron mil millones de veces y se estima que por día se suman un millón y medio de vistas, con subtítulos hasta en noventa idiomas⁴ realizados por “voluntarios” que al identificar una necesidad de traducción comenzaron a enviar sus subtítulos de forma espontánea. Según la página de TED, los voluntarios de traducción ascienden a veintiocho mil y las traducciones concretadas a ciento veinte mil. Las personas que participan como oradores ceden sus derechos de *copyright* y el material se distribuye bajo la licencia *Creative Commons*⁵.

Al ingresar a la web de TED, se invita al usuario a crear un perfil y seleccionar sus intereses para recibir recomendaciones de videos “acordes”. La lista de intereses es amplia: tecnología; ciencia; diseño; negocios; colaboración;

²La “x” significa que el evento está organizado de forma independiente por la organización que la motorice. Las instituciones son diversas, desde empresas (TEDxTeneris, por ejemplo), universidades (TEDx UCA, por ejemplo) o regiones (TEDx Río de la Plata, por ejemplo), etc.

³Se contempla la posibilidad de cobrar una entrada sólo si la misma costea los gastos de logística y organización, pero sin que ello genere una ganancia para la institución organizadora.

⁴La página ted.com asegura que los subtítulos alcanzan los ciento diez idiomas.

⁵Creative commons es una organización sin fines de lucro que ofrece contratos legales para los derechos de autor de forma gratuita, lo que permite compartir una obra según las reservas que el autor declare. La organización lleva la bandera del copyleft.

innovación; cambio social; salud; sociedad; comunidad; naturaleza; ambiente; futuro; comunicación; activismo; desarrollo infantil; crecimiento personal; humanidad; identidad.

Asimismo, TED construyó otras líneas de intervención más allá de sus charlas. El TED Prize, por ejemplo, que otorga importantes sumas de dinero a “emprendedores y visionarios” que precisan recursos para poner en marcha sus ideas que pueden “cambiar el mundo”. La primera pregunta que surge es quién financia este premio que comenzó erogando cien mil dólares y lo ascendió a un millón. Según Tate Williams en el portal *Inside Philanthropy*, esta “filantropía de alto dólar” se sostiene por las fundaciones Bill y Melinda Gates, Skoll, John D. & Catherine MacArthur y Ray Dalio. Si se visita sus páginas web, el espíritu que las recorre es el financiamiento a personas creativas, emprendedoras, originales que proyecten “un cambio mundial”.

En sintonía con el premio, existe el programa TED Fellows, un programa de becarios que escoge a personas “visionarias” para que atraviesen un proceso de *coaching* y se pongan en contacto con “líderes” y posibles financistas de sus proyectos. Como cierre, tienen la posibilidad de dar una charla TED, posiblemente bajo la supervisión y curaduría del Instituto TED. Todo lo descrito, genera la impresión de que TED es la escuela de los cuadros e intelectuales orgánicos de las empresas más importantes del mundo y sus ONG.

Por último, existe TED Ed, la línea TED que propicia que las personas expertas o educadores (pueden ser sus propios becarios, por ejemplo) propongan y realicen videos alrededor de alguna charla TED, lo editen como lección o recurso educativo y lo carguen en la web.

Ahora bien, y nuevamente, *¿qué es TED?*

3. “Hable como en TED y sea el mejor”

Cuando los famosos quieren que se los tome en serio, suben al escenario de TED manifiesta Carmine Gallo en su libro (2016: 19). Actualmente, TED es una plataforma que legítima: si llegaste allí, se intuye que algo bueno habrás hecho (o pensado). Es posible deducir que este poder legitimador de TED es el que seduce a aquellos que luego se propondrán como “voluntarios subtituladores”, es un *ser*

parte de alguna forma, el “estar allí” aunque sea indicialmente, y explotado veladamente como mano de obra gratuita bajo la misión de *brindar accesibilidad al conocimiento*.

Gallo utiliza algunas explicaciones derivadas de las neurociencias y junto al manual para los oradores de TED es útil para explorar algunos de los rasgos que TED propone como formato audiovisual que entremezcla, a primera vista, activismo, conocimiento, divulgación, afecto y humor.

En los manuales de estilo que la organización entrega a cada orador, y en el propio libro que escribió Chris Anderson (2018), las charlas se proponen como *videos influyentes de oradores expertos* en educación, ciencia, tecnología y “creatividad”. En el *Manual para los Oradores* se estipula, como primera sujeción a reglamento, que las charlas no pueden superar los dieciocho minutos porque es el formato temporal en el que las personas realmente prestan atención. *Escuchar es agotador* porque el público es tan ansioso como el orador, afirma Gallo, quien defiende la norma porque, finalmente, *los límites generan la creatividad*. El famoso, menos es más.

Una buena idea se basa en pruebas y observaciones de las que se extrae una conclusión más amplia, alega el manual. La idea, o hipótesis, tiene que ser resumida en una o dos frases y responder a las siguientes preguntas: *¿es nueva?, ¿no se ha oído antes?, ¿es interesante?, ¿es objetiva y realista?, ¿cómo afecta la adopción de la idea?* Sumado a esto, no se deben perder de vista los *elementos de la expresión verbal*: el ritmo (la velocidad a la que hablamos); el volumen (variaciones en la intensidad de la voz); el tono (inflexiones agudas y graves); y las pausas (breves espacios para remarcar las palabras claves) (Gallo, 2016: 23).

También, se postula que el inicio de la charla debe abordarse a través de un ejemplo personal que transmita *empatía, claridad y convicción* sin que esto implique hablar demasiado de sí mismo (la pregunta es: para generar cercanía con el público, entonces y de alguna manera, ¿el orador debería parecerse a su público?). La comunicación debe ser eficaz, sin atiborrar al auditorio con estadísticas ni utilizar jerga o terminología muy novedosa/nueva.

La conclusión debe ser positiva, (una segunda pregunta: *¿es buena, sana, deseable una sociedad que se vincula crecientemente desde la positividad y no desde la tensión?*) y los verbos que se utilicen tienen que estar siempre en presente y ser contundentes. *Las presentaciones más estimulantes son emocionantes* (“nos tocan el

corazón”), *originales* (“nos enseñan algo nuevo”) y *memorables* (“presentan el contenido de una manera que nunca olvidaremos”) (Gallo, 2016: 23).

Con todo lo arriba enunciado, pareciera que el espíritu general de las charlas TED es la generación, en unos breves y seductores dieciocho minutos, de un nuevo modo de pensamiento que sea capaz de convencer al público de *pasar a la acción* para cambiar al barrio, a la ciudad, al país o al mundo a través de acciones variadas que pueden ir desde lo político, lo económico, lo ecológico, etc., pero siempre con la lógica del emprendedor y el creativo como estandarte. Ahora bien, esa sensación que se intenta poner a circular en los cuerpos y las mentes de quienes escuchan en el auditorio o a través de los videos ¿no es susceptible de convertirse en un ansiolítico que funcione a la manera de la *indignación*, es decir, una reacción coyuntural superflua que aglutina una voluntad de cambio y transformación efímera?

Las charlas TED son, en esencia, un formato rígido y conservador que se sostiene porque utiliza en su favor el ánimo curioso y ávido de multi aprehensión del humano en general. TED plantea que si sus charlas así funcionan (“son exitosas”), no van a cambiar⁶. El público que las presencia no interviene, por lo que la reacción es diferida y una vez que los videos se cuelgan en la web de TED, emulando el funcionamiento de un medio de difusión tradicional o un monólogo. Al fin y al cabo, TED estandariza la curiosidad y la exploración en dieciocho minutos bajo la lógica del *stand up* o comedia en vivo, porque el conocimiento, al parecer, debe ser entretenido y no debe conllevar demasiado esfuerzo.

TED es literatura audiovisual masiva, un *best seller* que todos conocen al menos de refilón, lo digno de *viralización*. Es la literatura de cordel del siglo XXI, pero colgada de YouTube y no de una soga. Incluso sólo por esto último, ya se vuelve digno de análisis y atención.

⁶ Un elemento que se debería tener en cuenta es que nominar estos eventos como charlas o conversaciones TED (las dos formas en que se las nombra en castellano) es erróneo desde el punto de vista terminológico, cuando en realidad se asemejan más bien a disertaciones o conferencias.

4. La sociedad sobre la que descansan las ideas dignas de difundir

La muerte de Dios implicó la desaparición del observador del alma, a quien, por siglos, se le dedicaba su diseño. Por lo tanto, el lugar del diseño del alma cambió. El alma se volvió la suma de las relaciones en las que participaba el cuerpo del hombre. Antes, el cuerpo era la prisión del alma; ahora el alma se volvía el ropaje del cuerpo, su apariencia social, política y estética.

Boris Groys

Mientras el fordismo promovía una planificación racional de la economía y un control sobre la vida cotidiana y cultural general, el modelo posfordista o de *acumulación flexible* (Harvey, 2008/1990) realiza una operación de subjetivación que deviene en autocontrol y propia responsabilidad en todas las áreas de la existencia. Resalta en esto el imaginario de la propia creatividad y las ideas novedosas como motor del desarrollo, y el consumo como práctica normativa y regulativa de los lazos sociales, incluso de integración. La lógica que hoy día ordena las expectativas no es la del progreso sino la del presente perpetuo y la plenitud del momento actual (pensemos en el manual para oradores y la necesidad de que los verbos estén en presente).

Silvia Schwarzböck escribió en su libro *Los espantos. Estética y postdictadura* (2016), que la forma de vida que ganó luego de la última dictadura militar en Argentina es la *vida de derecha*. Una vida de derecha es aquella que cree en una vida sin problemas, aferrada a idílicos valores morales y al discurso *anti drama* que se cultivó sobre la derrota de la dictadura que, en realidad, demostró todo el poderío de una ganancia cultural y espiritual que resiste a través de las décadas. Es la vida de los preceptos burgueses practicados por sus propios y los ajenos, que ha comprado los discursos pastorales de la literatura de autoayuda y del *hágase a usted mismo* (“sálvese a usted mismo”) a la manera del sueño americano del *self made man/woman*.

En esa línea y con anterioridad, Fredric Jameson sostuvo que el *posmodernismo* es una nueva vida cultural ligada a la desaparición de las jerarquías en los medios artísticos de expresión, una experiencia de consumo *omnivora* de productos y bienes culturales disímiles en sus condiciones de producción tanto material como ideológica. La sociedad de consumo, para el citado autor, es una sociedad *estetizada* en la que los individuos cargan con el mandato contemporáneo de *diseñarse a sí mismos* como imagen (algo que también afirma Boris Groys en su

libro *Volverse Público*, 2014). Para Dipaola (2018), existe una confluencia entre lo social y las imágenes, *lo imaginal*, que es aquello que permite pensar las formas de la afectación con el otro a partir de una puesta en escena y que es muy ilustrativo de aquello que TED propone como imagen y como producto. Hay una hegemonía significativa que permite sostener ciertas regularidades en los discursos sociales y TED posee un hilo conductor discursivo entre sus oradores que deben sostenerse continuamente en el entusiasmo, la creatividad, la emoción, lo divertido y una actitud inteligente, todo en la medida justa.

El ambiente discursivo contemporáneo permite aseverar que la idea de cultura reemplaza simbólicamente y materialmente a la idea de sociedad como el espacio que entreteje los lazos. En los años ochenta es cuando se verifica un giro en la forma en que se entiende el concepto de cultura. Si con Gramsci y los estudios culturales el concepto de cultura implicaba pensar el conflicto y las formas de la resistencia, en la citada década la cultura será capturada estratégicamente por parte de los organismos financieros multilaterales como el BID y por los organismos de promoción de derechos como la UNESCO y se la propondrá como la arena o el campo desde el cual solucionar conflictos y problemáticas otrora pertenecientes a la economía y la política. La cultura será invocada como ese tercer espacio virtuoso, bien intencionado y bien pensante que puede enmendar las fallas resolutorias del campo político-económico. Es entonces que flamearán las banderas de la diversidad, la inclusión, la tolerancia como tácticas que abonen a la estrategia mayor ligada a sociedades que se desarrollan por la creatividad y la innovación.

Las industrias creativas (“creative industries”) nacen a partir de conceptualizar a la cultura como *recurso* (Yúdice, 2002). Como tales, son una actualización del concepto de *industria cultural* de Adorno y Horkheimer en conjunción con las industrias y disciplinas del conocimiento. Esta forma de entender a la cultura resulta en una transformación en el modo de entender el trabajo y la economía de servicios. La creatividad es el motor del desarrollo, es una industria que se alimenta de la generación constante de nuevas ideas, y expande la idea de ser original, ser el propio jefe, ser autónomo, y sobre todo, estar disponible 24/7 porque apagar el celular es una forma de auto despedirse. El sujeto ideal es el emprendedor, el *freelancer*, aquellos que trabajan por proyecto y por cantidad de horas diarias/semanales. Gerald Raunig (2008) lo sintetiza de una forma en la que queda claro cómo esta mal llamada autonomía laboral se conjuga a la

perfección con la flexibilidad de las condiciones de trabajo que incrementan la ganancia capitalista:

La mayoría de los individuos llamados creativos trabajan, por el contrario, como freelances o como empleados y empleadas autónomas con (o sin) contratos temporales. Se puede decir cínicamente que aquí la melancolía de Adorno por la pérdida de autonomía se realiza de un modo perverso en las condiciones de trabajo de las creative industries: los individuos creativos son abandonados a un ámbito específico de libertad, independencia y gobierno de sí. Aquí la flexibilidad se vuelve norma déspota, la precarización del trabajo la regla, las fronteras entre tiempo de trabajo y tiempo libre se diluyen del mismo modo que las de empleo y paro, y la precariedad se extiende desde el trabajo a la vida entera. (2008: 37)

Lo dicho antes es el espíritu basal de TED. Si bien al conformarse como una organización sin fines de lucro no se la puede considerar como una industria creativa, todo el universo material y simbólico que la compone la convierten en un espacio estratégico para mantener robusto el discurso imperante de la sociedad del consumo y de las industrias creativas. Las actividades artísticas en su variedad de formatos, los museos, los circuitos turísticos, el ánimo creciente de patrimonialización material e inmaterial, la gastronomía, el diseño, la arquitectura, el entretenimiento, la tecnología y la informática aplicada a la educación y a la mejora de los procesos de producción, etc., son las áreas donde registrar tendencias dignas de inversión en pos del desarrollo bajo el criterio de la ganancia. No es novedoso que la lógica capitalista convierta cosas y personas en mercancías por igual, la novedad es el grado de implicación del sujeto en esto, quien convierte todas las áreas de su vida bajo el criterio de la utilidad y se explican retóricamente bajo las expresiones de la gestión, la administración, el *management* y la motivación personal.

Las manifestaciones culturales y los idearios de bienestar individual de una época forman parte de aquello que Raymond Williams denominó *estructura de sentimiento* (2015/1977), aquello que envuelve en una trama cultural a la tríada hábitos, vida cotidiana y sentidos comunes. Las lógicas de sentimiento contemporáneo nos ubican en una época de ansiedades e incertidumbres:

El imaginario social que se ha instalado en nuestro presente es algo así como que en la vida se trata de vivir experiencias, de capturar el momento, no de pensarlo, sino experimentarlo. Las experiencias atraviesan diversos

tipos de situaciones. Disfrutar una comida no convencional, una clase de gimnasia, un show musical, un viaje, una performance (...) Es notable esta valorización densa de la experiencia en términos de instante, la cual se contradice con la experiencia entendida como acumulación de saber a largo plazo sobre las más diversas situaciones: desde la vida afectiva, haber sido madre, padre hijo o abuelo, hasta haber trabajado una gran cantidad de años en un oficio, haber permanecido también una cantidad importante de años en un trabajo o en una relación de pareja. Este tipo de experiencia, vinculada con una cultura laboral y un orden social determinado, ha perdido todo valor o reconocimiento y en consecuencia se descalifica. Esa dimensión de tener experiencia, haber pasado largos períodos viviendo alguna situación, ya no se pondera, ni en el mercado laboral ni en la cultura digital. (Wortman, 2018: 12/13)

El bienestar y la felicidad en el presente son, en este panorama, los mandatos individuales que se proponen para “gestionar” la incertidumbre, y son una falsa idea de autonomía y libertad para los individuos, que se ocupan de ser productivos, auto regularse/controlarse sin perder la “iniciativa” (Arizaga, 2017). En este sentido, el ensayista y filósofo coreano Byung Chul Han percibe que la sociedad occidental padece un exceso de positividad, lo que propicia una *sociedad del cansancio*. Afirma que “*así como la sociedad disciplinaria foucaultiana producía criminales y locos, la sociedad que ha acuñado el eslogan Yes, We Can - (Sí, se puede) - produce individuos agotados, fracasados y depresivos*”, afirma Han, tocando la fibra sensible sobre las consecuencias de un entorno que exige un rendimiento autosuficiente y autosustentado bajo el lema del *sí se puede* aunque el individuo no, no pueda, no llegue, no alcance. Los emprendedores de sí, los propios jefes, son su propia cadena de montaje y esto produce depresivos y fracasados (2017: 38-39).

5. El multiculturalismo: entre la distancia eurocéntrica y el gesto condescendiente

Muy a menudo las personas que pueden hablar acerca del mundo social no saben nada acerca del mundo social y las que saben acerca del mundo social no pueden hablar al respecto.

Pierre Bourdieu

Bien vale inaugurar este apartado transcribiendo una anécdota narrada en el libro ya citado de Gallo. La misma pertenece a la edición 2012 de TEDx EQCHCH,

sigla perteneciente a la ciudad de Christchurch, Nueva Zelanda. La misma sufrió un terremoto en febrero del 2011, y este evento TED se planificó para reunir oradores que ofrecieran modos de reinventar los futuros posibles post desastre vital y de su infraestructura:

Ernesto Sirolli, fundador del Sirolli Institute y experto de fama mundial en desarrollo económico, aprendió por las malas que la palabra -nosotros- es más importante que -yo-. Sirolli, que comenzó su carrera en el desarrollo sostenible como cooperante en África en los años setenta, contó al público de TEDx en 2012 que lo que muchos “expertos” sabían sobre el desarrollo sostenible había resultado ser falso.

Con veintiún años trabajaba para una ONG italiana, y -todos y cada uno de los proyectos que llevamos a cabo en África fracasaron-. Su primer proyecto consistió en enseñar a los habitantes de un pueblo del sur de Zambia a cultivar tomates- “Todo crecía de maravilla en África. Teníamos unos tomates magníficos y les decíamos a los zambianos: -mirad qué fácil es la agricultura-. Una noche, cuando los tomates estaban hermosos, maduros y rojos, unos doscientos hipopótamos salieron del río y se lo comieron todo. (Risas) Les dijimos a los zambianos: -¡Dios mío, los hipopótamos!- Y ellos nos respondieron: - Sí, por eso no tenemos agricultura aquí. (Risas) - ¿Por qué no nos lo habían dicho?- Porque nunca nos lo preguntaron.” (Gallo, 2016: 54)

Todo lo aniquilábamos, asegura Sirolli en un pasaje de su charla refiriéndose a los malos resultados de cada proyecto bien intencionado en el continente africano. Y continúa: *los occidentales somos imperialistas, misioneros colonialistas, y tratamos a las personas sólo de dos maneras: o los patrocinamos o somos paternalistas.*

En sintonía con lo que admite Sirolli se puede rescatar lo que afirma Slavoj Žižek en su libro *En defensa de la intolerancia*:

El multiculturalismo promueve la eurocéntrica distancia y/o respeto hacia las culturas locales no europeas. Esto es, el multiculturalismo es una forma inconfesada, invertida, autorreferencial de racismo, un “racismo que mantiene las distancias”: “respetar” la identidad del Otro, lo concibe como una comunidad “auténtica” y cerrada en sí misma respecto de la cual él, el multiculturalista, mantiene una distancia asentada sobre el privilegio de su posición universal (2015: 56).

Como se pregunta Zizek en el mismo texto, *¿y si este multiculturalismo despolitizado fuese precisamente la ideología del actual capitalismo global?* Cuando se promueve hegemoníamente la diversidad, hay que sospechar porque algo se perfila a ser identificado como una diferencia y no una desigualdad. De esta manera se le expropian los rasgos disruptivos, peligrosos y se lo puede convertir en una mercancía más, en otro estereotipo consumible.

El multiculturalismo es la propuesta de la tolerancia y del relativismo cultural. Ese relativismo que cuando detecta una diferencia, una incomodidad, una distancia, una situación potencialmente o materialmente injusta y desigual, la señala como rasgo cultural, por ende, brilla el *allí no nos metemos*. Es un esencialismo, y ninguna cultura es esencial porque no existen las culturas autónomas, que funcionan en forma encapsulada, replegada sobre sí.

El multiculturalismo como patrón discursivo y retórico se permite decir lo políticamente correcto, lo esperable, y habilita respuestas o tendencias en este mismo sentido. Si bien se registra una honesta autocrítica en Sirolli, la voz que enuncia ese discurso es la de un hombre blanco occidental que históricamente ha ostentado el privilegio del habla pública, legítima. La pregunta qué se suscita es **¿qué pasa con el formato TEDx cuando son los sujetos históricamente y estructuralmente silenciados y excluidos de los canales discursivos oficiales y legítimos quienes suben al escenario como oradores?** Vamos a convocar como ejemplo dos charlas TED ocurridas en el año 2018 en Argentina en la edición TEDx Río de la Plata de noviembre en el Teatro Colón. Por un lado, la charla titulada *El tiempo, la propiedad y la identidad de los pueblos indígenas* a cargo de Félix Díaz; y por el otro, *Villas*, a cargo de César González.

5.1 “El problema no está en el otro, está en nosotros”

El 5 de noviembre de 2018 tuvo lugar la edición TEDx Río de la Plata en la que participaron dos personas reconocidas en el mundo de los medios por diferentes trayectorias biográficas, pero que comparten un rasgo, y es el de comportar voces que históricamente se silencian, se exotizan, se burlan o se paternalizan.

El primero a quien nos vamos a referir es Félix Díaz, *qarashé*⁷ del pueblo Qom de la provincia de Formosa, quien parsimoniosamente señaló la primera tensión

⁷*Qarashé* significa “líder con su pueblo”. Díaz relata que la palabra “Cacique” es una burla de los criollos que significa “casi que”.

entre su origen indígena y el espacio en el que se encontraba sentado y dispuesto para una entrevista, el Teatro Colón. *La colonización trajo los alambres, las fronteras.* Sí, Díaz no se paró frente al auditorio con un guión ensayado, sino que fue entrevistado.

La primera pregunta que se le realizó fue respecto de la concepción de la identidad que asumen los pueblos indígenas. Díaz contesta sobre cómo esa identidad, en realidad, se les niega en el *mundo blanco*. Una de las primeras violencias que sufrió fue la burla en el registro civil, donde arbitrariamente le cambiaron su nombre original, Felle, por Félix y le agregaron Díaz.

¿Cómo es la concepción del tiempo indígena, si pensamos que acá en TED es algo muy particular? pregunta la entrevistadora, dejando entrever la imposición de los famosos dieciocho minutos, máximo que no combinan con las pausas que Díaz imprime a su habla, que se permite pensar antes de aflorar. *El tiempo no es nuestra competencia. No hay horario, no hay feriados. Nos quieren imponer una doctrina y no podemos adecuarla porque tenemos otra forma de vida.* En Díaz se encuentran las evidencias de la hipocresía multiculturalista, de la falsa coexistencia de la diversidad en igualdad: te acepto si podes limar todo aquello que excede los límites y las posibilidades que yo impongo. Por fuera de eso, no hay integración.

César González también tiene una historia de violencia institucional con su nombre. Para escribir poesía, entre los 16 y los 20 años en los institutos de menores primero y en la cárcel después, usaba un seudónimo, Camilo Blajaquis. Así evitaba que lo requisen y muelan a palos por *creerse escritor*. Una vez libre, recuperó su nombre original, o más bien, lo hizo coincidir con el autor. Tres libros de poemas y cinco largometrajes después, es invitado a TED pero pide que su participación se resuma sólo a la lectura de uno de sus poemas titulado *Villas*.

Familias numerosas, o mejor dicho madres solteras con muchos hijos.
Los cascotes que inventan caminos así el barro no te muerde los tobillos.
Pilonos de basura por acá y por allá. Esqueletos de autos robados ya
desmantelados, saqueados y prendidos fuego. El sonido de un disparo en
una esquina, diez disparos de respuesta en otra.
Charlas de vecinas a través del alambrado mientras cuelgan la ropa en la
soga: “Che te enteraste que lo mataron a fulano”. “Si, y que a mengano le
reventaron el rancho en la madrugada”. La policía y sus cacerías.
La iniciación sexual bien temprana, los guachos, las pibas.

El comedor que se redujo a tan solo una merienda por día.
Los que se van a trabajar con sus bolsitos y sus bicis y sus ojos tristes y cansados.
La mayoría de la juventud que abandona la escuela sabiendo que San Martín lo único que hizo fue posar para el billete de cinco pesos.
Las madres que lloran la muerte del hijo en velorios propios y ajenos.
Más patadas que gambetas en el campeonato de fútbol, los domingos a la tarde. El aire intoxicado por el porro cortado que está vendiendo hoy la transa. Los evangelistas y sus gritos. Los perros persiguiendo las motos.
El guiso salvador del mediodía, el mismo guiso a la noche, lo que queda del guiso mañana.
Uno con las últimas Nike al frente, dos acá a la vuelta, diez en el fondo.
El micro que recorre los penales llenos de novias, de hijos, de madres y padres. La cumbia poniéndole ritmo a la miseria. El amanecer y los carros.
El amanecer y los que todavía siguen de gira.
Los muchos sueldos flacos destinados a un celular, a ropa nueva, a disfrazar la pobreza. Maradonas que mató la policía, que están en cana o laburando en una fábrica y que derrochan su magia pero en canchita de barro.
La avenida y su frontera que divide a la villa del mundo. Rezos que ruegan exiliarse a la sociedad.
El sonido anestésico de la lluvia maltratando las chapas. Los extranjeros de la clase media que vienen a comprar droga y se van descalzos, sin plata, pero con droga.
Las velas derriéndose en los mini-santuarios con las fotos de los pibes que murieron a manos de las balas, paredes que recuerdan sus hazañas.
Mujeres que modelan ante la pandilla, amor inconsciente pero puro, niños que se convierten en padres.
La religión de odiar a la yuta y dos de sus devotos a bordo de un super auto seguramente robado.
Habitantes que se conocen todos, secretos que saben todos, engaños imposibles de ocultar.
Panorama de vida que siempre tiene olor a celda, a plomo, a trabajo en negro o en gris... o a traje de encargado de limpieza.
Es la villa, es otro mundo, es vivir apartado.

Cuando finaliza el recitado, un entrevistador se acerca a González y le pregunta cuándo, cómo y para qué había escrito ese poema. González le contesta que fue hace diez años, estando preso, y que era una manera de salir a dar una vuelta por su barrio con la imaginación. *Pero no simplemente describir, advierte. Sino*

agregarle a esa descripción un filtro, el filtro de mi concepción de cómo es vivir en la villa, con las palabras que le pongo yo, filtros filosóficos, políticos, ideológicos de lo que pasa en la villa y que no debería pasar. No romantizar la vida en la villa, pero rescatar la belleza que surge en medio de tanta muerte, culmina.

Las personas que suben al escenario TED desde un origen y pertenencia subalterna pero que por algún motivo han negociado su existencia y la administración de su visibilidad en los medios de comunicación, son aquellas que tensionan el formato de TED. Podemos abordar la cuestión desde dos enfoques. Por un lado, una perspectiva nos envía a la suposición de que flexibilizar el formato en estos casos es un gesto paternalista, como señala Sirolli, un gesto de cuidado de sujetos que serían incapaces de accionar una charla en el formato que TED reglamenta. Incluso un gesto de condescendencia que indica un *yo te incluyo*, básicamente *porque puedo*. Por otro lado, es plausible pensar que tanto Díaz como González negociaron el formato. Hay contenidos que no pueden ser dichos en ciertos formatos estéticos o temporales, entonces para que su imagen sirva a la idea de heterogeneidad del evento, a su imaginario de diversidad pacífica y mancomunidad, de multiculturalismo, el evento debe dinamizarse y ellos se prestan, pero bajo su propia lógica.

Díaz y González encarnan la tensión que Han reclama. Son los sujetos que desde ciertos márgenes epistémicos no legítimos conflictúan el formato TED y lo obligan a correr sus fronteras normativas de guión y presentación. Díaz y González no se excluyen del circuito: negocian su forma de aparecer en él.

Cambiar el mundo ¿empieza por ti?

Nada resulta más inspirador que una idea audaz presentada por un gran orador. Cuando se estructuran y se presentan de forma eficaz, las ideas pueden cambiar el mundo.

Carmine Gallo

Una idea presentada de forma eficaz puede cambiar el mundo. Bajo esta premisa podríamos conjeturar que los errores y los conflictos son problemas retóricos, del lenguaje o de la comunicación. Pero, ¿no será un exceso ingenuo? Es posible que el error consista en continuar asociando el cambio (como concepto de acción política) con la idea de transformación y beneficio universal. Si nos atenemos por un momento a la idea de que *no hay alternativa* y que hay que operar con el mayor

margen de maniobra dentro de lo que se dispone, ¿qué tipo de cambio real se puede proponer en ese espíritu imperante? El cambio parece más bien un producto en stock, una moda para algo como el *bien común* (que como tal, siempre regresa), un *slogan* del *branding*.

TED ingresa como formato que calza cómodamente con la cultura del entrenamiento, el *coaching* y el desarrollo personal, algo que se aleja de la idea de educación tradicional o formal que se ataca por todos los frentes (sobre todo cuando esa educación es pública y gratuita).

El economista español Amalio Rey (2017) recupera en su blog algunas de las críticas más sobresalientes a las charlas TED, las que oscilan entre ubicarlas como superficiales, como poses más que como posturas, y como formato que favorece la atención reducida y, por ende, el conocimiento débil.

Martin Robbins, escritor e investigador científico, ataca con una bonita estocada a la aproximación “evangelizante” de las conferencias, que promueven una fascinación sin sentido hacia las ideas en vez de un pensamiento crítico que genere debate”. Para Sepkowitz, las conferencias TED “no celebran el amor hacia personas inteligentes, sino hacia personas de ‘estilo inteligente’” y encajan a la perfección con el adorado esquema estadounidense del manual para “mejorar rápido”. Son, en pocas palabras, un atajo intelectual.

Si nos detenemos en aquello de que TED promueve la fascinación acrítica y no el conocimiento crítico, se vuelve plausible la recuperación de aquello que ha planteado públicamente Alejandro Rozitchner, asesor del presidente de Argentina, Mauricio Macri. *El pensamiento crítico*, sostuvo en 2016 Rozitchner, *es un valor negativo*.

Lo más valioso es que uno pueda querer algo. Entusiasmarse. Las ganas de vivir, son más importantes que el pensamiento crítico y la objetividad. Y hay que entrenarse en este poder dormido que aplastamos con el hábito de la queja, el descontento y la insatisfacción.

La trampa de este argumento está a la vista. Así como a la idea de cambio (“cambiar el mundo”) se la confunde con la idea de transformación (en una operación nada ingenua), la idea de crítica y de pensamiento crítico es objetada como actitud agresiva, de rebeldía sin justa causa, como señalamiento de defectos no constructiva o propositiva. Sin embargo, el pensamiento crítico es el que

habilita a discernir, complejizar y transformar los valores epocales. No hay duda de que los mejores lectores y escuchas de las críticas de las protestas en el mayo francés de 1968 fueron los publicitarios que comprendieron mejor que nadie el comportamiento fetichista de la mercancía. Asimismo, la condición de que las ideas a presentar en las charlas deban cumplir con el mandato de la novedad es otra de las formas de no debatir sobre aquello que estamos habitando, de no ejercer análisis crítico sobre las ideas que conforman el marco de la época, más o menos flexible.

Anteriormente afirmamos que TED es un escenario que legitima a quien lo ocupa con sus declamaciones. Pero tampoco debe escaparse el hecho de que toda charla TED precisa un auditorio lleno que la edición de los videos que se difunden en la plataforma no ocultan. El estar allí también otorga legitimidad, aquella que da la *experiencia* de haber estado presente para *vivir el momento*. Las charlas TED se dirigen a un público de clase media urbana que aguarda regresar a su casa con la satisfacción de una ilustración multidisciplinar en formato cuarto de hora.

Si bien en las charlas hay una preponderancia del *nosotros* cuando se trata de un llamado a la acción, es un nosotros que siempre radica en el inicio de la pasión individual que, en conjunto a todas las demás voluntades, modificarían el espectro social. La idea seduce, pero genera el efecto de querer destacar individualmente y previo a la posible vinculación total.

Si nos preguntamos qué hacer con las charlas TED para no incurrir en la crítica pasiva, una posible línea de acción la encontramos en Mark Fisher. Este autor nos habla de la existencia de una *impotencia reflexiva*, es decir, de que mayor información no necesariamente conlleva a una movilización. Por el contrario, lo pesado del panorama general social, político, económico, ecológico, etc., desalienta y favorece la queja pasiva e inútil. Estamos atiborrados de información, datos y certezas. La posición a asumir es impura, es negociada. Si el realismo capitalista del que hablamos al comienzo acontece como el *dominio de nuestra mirada* (Colectivo El Loco Rodríguez, 2018), exponernos frente a la mirada disponible bajo nuevas proposiciones interruptivas, puede conducirnos a introyectar pequeñas modificaciones.

En 1996 el sociólogo francés Pierre Bourdieu lanzó una crítica a la televisión como medio de comunicación que, por su inmediatez, banaliza, achata, y por ende dirige al receptor a un estado de *confort intelectual*. Y lo hizo a través de una

conferencia televisada desde el Collège de France. Esto permite preguntarnos, ¿por qué no pensar en que alguna vez TED pueda ser puesto en cuestión desde su propio escenario?

Referencias:

- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (2000/1944), *Industria cultural. La ilustración como engaño de masas*. En Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, *Dialéctica de la ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta, 165-212.
- Anderson, Chris (2016) *Charlas TED. La guía oficial para hablar en público*, Nueva York, Ed. Deusto.
- Arizaga, Cecilia (2017) *Sociología de la felicidad*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Editorial Biblós.
- Bauman, Zygmunt (2013) *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre y Eagleton, Terry (2008) *Doxa y vida cotidiana: una entrevista*, en Slavoj Žižek (comp.), *Ideología. Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica .
- Colectivo de filosofía, literatura y política “el loco Rodríguez” (2018): *Todes se sienten en déficit por no alcanzar un valor: nociones sobre Mark Fisher*, Revista Épocas, dossier nro. 6. Recuperado de: <http://revistaepocas.com.ar/todes-se-sienten-en-deficit-por-no-alcanzar-un-valor/>
- Crary, Jonathan (2015), 24/7: *Capitalismo tardío y el fin del sueño*. Barcelona: Ariel.
- Derisi, Julio. (2018). *Charlas TED: conocé las 10 más famosas*. 02/01/2019, Recuperado de Buena Vibra Sitio web: <https://buenavibra.es/zapping/charlas-ted-conoce-las-10-mas-famosas/>

- Díaz, Félix (TEDx Talks) (08/01/2019) *El tiempo, la propiedad y la identidad de los pueblos indígenas*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OVddt-bux7M>
- Dipaola, Esteban (2013) *Comunidad impropia. Estéticas posmodernas del lazo social*, Buenos Aires, Letra Viva.
- Donovan, Jeremy (2013) *Método TED para hablar en público*, Barcelona, Ed. Ariel.
- Eagleton, Terry (2017) *Cultura*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Taurus.
- Fisher, Mark (2016), *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?* Buenos Aires: Caja Negra.
- Gallo, Carmine (2017) *Hable como en TED. Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Editorial Conecta.
- González, César (TEDx Talks) (07/01/2019) *Villas*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WFgp0qagAig>
- Groys, Boris (2014) *Volverse público*, Buenos Aires, Caja negra.
- Han, Byung-chul (2012), *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Harvey, David (2008/1990), *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Jameson, Fredric (1996/1991), *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Editorial Trotta.
- Manual del orador TEDx, recuperado 15/01/2019, Traducción de Lucía Relanzón y Jose Sentamans. http://storage.ted.com/tedx/manuals/TEDx_Manual_del_Orador.pdf
- Raunig, Gerald (2008), *Las industrias creativas como engaño de masas*. En Boris Buden, Judith Butler, Marcelo Expósito et al., *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Rey, Amalio. (2017). *TED Talks o la McDonaldisización del arte de comunicar*. 02/01/2019, de Blog Amalio Rey Sitio web:

<https://www.amaliorey.com/2017/06/04/ted-talks-o-la-mcdonaldizacion-del-arte-de-comunicar-post-537/>

Rozitchner, Alejandro (2016) *El pensamiento crítico es un valor negativo*, Diario La Nación, Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1968830-alejandro-rozitchner-el-pensamiento-critico-es-un-valor-negativo>

Sennett, Richard (2006), *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

Sirolli, Ernesto (2012). *¿Quiere ayudar a alguien? ¡Cállese y escuche!* Recuperado de https://www.ted.com/talks/ernesto_sirolli_want_to_help_someone_shut_up_and_listen?language=es

Williams, Tate. (2018). *La audacia de TED: la nueva plataforma está moviendo grandes cantidades de dinero, pero, ¿es correcto el cambio social?*. 15/01/2019, Recuperado de Inside Philanthropy Sitio web: <https://www.insidephilanthropy.com/home/2018/4/15/the-audacity-of-ted-new-platform-is-moving-money-but-does-it-get-social-change-right>

Wortman, Ana (ed.) (2018), *Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios y en las producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI*. Buenos Aires: UBA y CLACSO.

Yúdice, George (2002), *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa

Zizek, Slavoj, (2015) *En defensa de la intolerancia*, Madrid, Sequitur.