

La sociedad del conocimiento vista desde las perspectivas de Heidegger y Ortega¹

Knowledge society: The Heidegger and Ortega perspectives

Jorge Acevedo
Universidad de Chile
E-mail: joaceved@gmail.com

Resumen

Expresiones tales como “sociedad del conocimiento” y “sociedad de la información” se utilizan con frecuencia en nuestros días. Estas expresiones, sin embargo, no son unívocas. Se pueden entender en diferentes sentidos. Frente a esta equivocidad –que puede conducir a una gran confusión acerca de nuestras colectividades–, pienso que la meditación de Heidegger sobre la época técnica puede ayudarnos a esclarecer los conceptos correspondientes a esas expresiones. En este contexto, además, postulo que lo que afirma Ortega sobre la “Prensa” –entendiendo esta palabra en su más amplio sentido– y la Universidad es un complemento de importancia para comprender lo que señala Heidegger respecto de lo que denomina “información”, rasgo fundamental de la época técnica. Me refiero, entonces, a lo que Heidegger entiende por era de la técnica moderna y a lo que Ortega entiende por poder espiritual –uno de ellos es la “Prensa”, otro la Universidad–, tomando en cuenta, al paso, unas muy pertinentes consideraciones de Hadrien France-Lanord, quien compara la información periodística con el pensamiento filosófico. Termino refiriéndome muy brevemente al fenómeno educativo, visto a partir de lo que he desarrollado previamente en la perspectiva de Heidegger.

Palabras clave: Sociedad del conocimiento, información, época técnica, poder espiritual, Heidegger, Ortega y Gasset

1 Dedicó este texto al filósofo Javier San Martín Sala con admiración, gratitud y profunda amistad.

Abstract

Expressions such as “knowledge society” and “information society” are frequently used nowadays. These expressions, however, are not univocal. They can be understood in different ways. Facing this equivocity –which can lead to great confusion about our communities–, I believe that Heidegger’s meditation on the technological age can help us clarify concepts related to these expressions. In this context, I also propose that what Ortega asserts about the “Press” –understanding this word in the broadest sense– and about the University is an important complement to understand what Heidegger points out about what he calls “information”, essential characteristic of the technological era. I will refer, then, to what Heidegger conceives as an era of modern technology and to what Ortega conceives as spiritual power –one of them is the “Press”; the other one, the University–, taking into account some very appropriate considerations of Hadrien Francke-Lanord, who compares journalistic information to philosophical thought. Finally, I will briefly refer to the educational phenomenon, which I have previously explained from Heidegger’s perspective.

Key words: Knowledge society, information, technological era, spiritual power, Heidegger, Ortega y Gasset

Fecha de recepción: 5 de abril 2018
 Fecha de aceptación: 2 de junio 2018

Profesor Titular de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile. Realizó sus estudios filosóficos, primordialmente, en la antigua Facultad de Filosofía y Educación de la Universidad de Chile, bajo la dirección de los catedráticos Francisco Soler Grima —discípulo de Julián Marías y de José Ortega y Gasset—, Cástor Narvarte y Jaime Sologuren. Habiendo sido Director del Departamento de Filosofía de la Universidad de Chile entre 1989 y 1993 y entre 1995 y 2008, se desempeña allí como Profesor de Filosofía Contemporánea y como miembro de los claustros académicos del Magíster en Bioética, del Magíster en Filosofía y del doctorado en Filosofía. Autor de: *Heidegger: existir en la era técnica*, Universidad Diego Portales, Santiago. *Hombre y Mundo, La sociedad como proyecto, Heidegger y la época técnica, Ortega, Renan y la idea de nación, Ortega y Gasset. ¿Qué significa vivir humanamente?*, libros publicados por la Editorial Universitaria de Santiago. La sociedad como proyecto tiene una versión rumana publicada con el título *Societatea ca proiect din perspectiva lui Ortega y Gasset*, Editura Eikon, București, 2017.

La expresión “sociedad del conocimiento” no es unívoca. Se usa en diferentes sentidos. Rastreando su origen, nos encontramos con un sentido que podemos hacer resaltar: se trata de las sociedades actuales en las que el conocimiento, *dentro de la organización empresarial*, juega un papel preponderante. Ateniéndonos a este origen, cuando se habla de que nuestras sociedades son sociedades del conocimiento, con la palabra conocimiento no se está hablando del conocimiento en general; sólo se alude con esa palabra a aquel *conocimiento* que dentro de la industria juega un papel tan importante que, dentro de ciertos límites, opaca en alguna medida a otros ingredientes del proceso productivo, como el capital.

Por otra parte, la expresión sociedad del conocimiento se asocia con la expresión “sociedad de la información”. Más aún, a veces se identifican. Pero tampoco aquí la palabra *información* se refiere a cualquiera información. Alude muy especialmente a la que fluye por Internet; además, a aquella que podemos hallar en la televisión, las radioemisoras y, más en general, apunta a los modernos medios de comunicación colectivos: diarios, periódicos, revistas ilustradas, cine.

También la palabra *información* está relacionada en este caso con la industria: la administración de empresas, la industria aeroespacial, la farmacéutica, la de fabricación de armamentos, la educacional, la de la energía atómica, la de la salud, la cinematográfica, la de la ingeniería genética, la de la publicidad, la deportiva, la de las comunicaciones, la bancaria, la del arte, la del transporte colectivo de las megalópolis, la del ocio, la informática.

Esos nombres, *sociedad de la información*, *sociedad del conocimiento*, así como el de *globalización* –todos ligados entre sí–, son títulos que ponen de relieve algún aspecto relevante de lo que Heidegger llama la época de la técnica moderna.

Los conceptos de sociedad de la información, sociedad del conocimiento, así como el de globalización son conceptos económicos, sociológicos y políticos; por tanto, no se sostienen por sí mismos; remiten a conceptos filosóficos fundamentales, donde arraigan. Es decir, las realidades económicas, sociológica

y políticas a las que aluden esos conceptos se fundan en realidades más profundas, últimas, irreductibles a otras, que en filosofía suelen llamarse metafísicas u ontológicas. A ellas nos abocaremos a continuación, considerando lo que nos dice Frédéric de Towarnicki:

La obra de Martin Heidegger aparece hoy como una interrogación radical, acaso decisiva, sobre el destino de la edad moderna, la era de la ciencia y de la técnica. Cuando Jean Beaufret [...] conoce a Heidegger en 1946 [...], ya el trabajo de éste se orientaba resueltamente hacia un cuestionamiento del espíritu de la técnica moderna a la luz de una interrogación sobre el sentido del ser [...]. Todos los pensamientos posteriores al primer libro de Heidegger, *Sein und Zeit*, publicado en 1927, convergían entonces hacia esta cuestión de la técnica, en la cual, según escribía Jean Beaufret, reconocemos ahora ‘la última etapa de su camino’. (Beaufret, 1987: 9)

El contorno de los hombres de la época técnica está, como es obvio, lleno de medios de comunicación social: aparatos de radio y de televisión, diarios y revistas ilustradas, cines y avisos publicitarios, computadores conectados a Internet. Es tan difícil quedar al margen del impacto de su influencia que, normalmente, sólo podemos sustraernos a ella si deliberadamente nos aislamos en un lugar solitario y nos preocupamos de que, inclusive allí, tales medios no ejerzan su acción sobre nosotros. Su presencia sobreabundante no parece casual. Configurarían uno de los caracteres de la era de la técnica moderna que, brevemente, llamamos con Heidegger *información* (Heidegger, 1988: 114 ss./H., 2006, 60 s.)

En *Serenidad*, discurso conmemorativo que pronunció en Meßkirch, su ciudad natal, el filósofo llama la atención sobre esos medios. Todo aquello que tendría que sernos cercano –para tener, así, la posibilidad de habitar auténticamente–, ha sido desplazado y reemplazado por los mundos que nos presentan los medios de comunicación social. Refiriéndose a los alemanes que después de la Segunda Guerra Mundial permanecieron en su patria, los compara con los que fueron expulsados de ella, llegando a una paradójica conclusión: “En muchos aspectos –dice–, están aún más desarraigados que los exiliados”. Y explica:

Semana tras semana las películas los arrebatan a ámbitos insólitos para el común sentir, pero que con frecuencia son bien ordinarios y simulan un mundo que no es mundo alguno. En todas partes están a mano las revistas ilustradas. Todo esto con que los modernos instrumentos técnicos de información estimulan, asaltan y agitan hora tras hora al hombre –todo esto le resulta hoy más próximo que el propio campo en torno al caserío; más próximo que el cielo sobre la tierra; más próximo que el paso, hora tras hora, del día a la noche; más próximo que la usanza y las costumbres del pueblo; más próximo que la tradición del mundo en que ha nacido. (Heidegger, 1989, 20 s./H., 1959, 17)

¿Prueban las anteriores palabras que Heidegger está decididamente contra los medios de comunicación social? ¿Habría en su pensamiento un rechazo global y definitivo hacia ellos? ¿Su condena es definitiva e inapelable? No. Es cierto que los medios de información son vías a través de las cuales se amenaza el arraigo o autoctonía del hombre y, por ende, toda obra de envergadura, puesto que, insinúa nuestro pensador, el florecimiento de una obra cabal depende de la solidez de nuestras raíces (Heidegger, 1989: 20/H., 1959: 16). Por ende, entrañan un peligro y ante ellos habría que actuar con suma cautela. Pero no son el mayor peligro, aunque sí una manifestación de él, como espero hacer vislumbrar al menos más adelante. Los medios de información no son el más elevado peligro porque, para Heidegger, éste no reside en los aparatos técnicos, dispositivos tecnológicos o entes tecnificados, sino en el destino del ser que en nuestra época se dona como *das Ge-stell*, es decir, la posición-total (J. E. Rivera), lo dis-puesto (F. Soler), el dis-positivo (F. Fédier), la im-posición (M. Olasagasti), la estructura-de-emplazamiento (E. Barjau), la com-posición (H. Cortés y A. Leyte), suscitando un modo del advenir prepotente y excluyente, el des-ocultar pro-vocante (Heidegger, 2007a: 143 ss./H., 2000a: 27 ss.); sin embargo, tales medios serían una manifestación del más extremado peligro en cuanto configurarían una modalidad fáctica de dicho desocultar. Antes de intentar mostrar esto, quiero detenerme en un significativo texto que prelude lo que queremos entrever, y que nos indica que sería un grave error tomar una actitud desdeñosa ante los medios de comunicación social, ya que su envergadura es tal que es ineludible habérselas intelectualmente con ellos, por muy cuestionables que sean, o, tal vez, precisamente por eso mismo.

Dice Heidegger:

El rasgo fundamental de la existencia humana actual [...] labora en todas partes con miras a la seguridad [*Sicherheit*] [...]. Ahora bien, la labor de asegurar la vida tiene que asegurarse sin embargo a su vez, continua y renovadamente. La palabra conductora para esta actitud básica de la existencia actual es: información. Tenemos que escuchar esta palabra en su pronunciación anglo-americana. *Information* indica, por un lado, el ‘dar noticia de’, que pone al corriente al hombre actual, del modo más rápido, más completo, menos ambiguo y más provechoso posible, sobre la manera en que sus necesidades, los fondos que éstas necesitan y la cobertura de éstos quedan emplazados con seguridad. De acuerdo con ello, la representación del lenguaje humano como instrumento de información se impone cada vez más. Pues la determinación del lenguaje como información proporciona en primer lugar, y ante todo, el fundamento suficiente para la construcción de máquinas de pensar, y para la edificación de grandes centros de cálculo. En la medida, sin embargo, en que la información in-forma, es decir: ‘da noticias’, al mismo tiempo ‘forma’, es decir: impone y dispone [*sie richtet ein und aus*]. La información, en cuanto ‘dar noticia de’, es ya también la imposición [*Einrichtung*] que pone al hombre, a todos los objetos y a todos los recursos [*Bestände*], de una forma que basta para asegurar

el dominio del hombre sobre la totalidad de la tierra, e incluso fuera de este planeta. (Heidegger, 1991: 192 s: 63/ H., 1997: 182, 45)

Los medios de información no son, pues, para el filósofo, fenómenos anecdóticos, casuales o periféricos dentro del momento actual; están vinculados, por el contrario, con lo que imprime su sello a nuestra época: el dominio incondicionado de la esencia de la técnica moderna. A través de ellos, este destino del ser va asegurando, para el hombre, el *dominio* respecto de lo que va quedando a su alcance.

Los medios de comunicación colectivos son, sin duda, útiles para el hombre y, como los demás entes tecnificados o dispositivos tecnológicos bajo los cuales éste se mueve, son *favorables* para él. La educación a distancia es buena muestra de ello. *Eso no se discute*. No obstante, manifiestan la inquietante equivocidad inherente a los fenómenos radicales de la era de la técnica. Y eso es lo que nos induce a ocuparnos de ellos. Heidegger ha puesto de manifiesto el despliegue y los rasgos del modo de la verdad propio de nuestra época. En un párrafo clave, afirma:

El desocultar [*Entbergen*] que domina a la técnica moderna tiene el carácter de poner [*Stellen*] en el sentido de la pro-vocación [*Herausforderung*]. Ésta acontece de tal manera que se descubren las energías ocultas en la naturaleza; lo descubierto es transformado; lo transformado, acumulado; lo acumulado, a su vez, repartido y lo repartido, se renueva cambiado. Descubrir, transformar, acumular, repartir, cambiar, son modos del desocultar. Sin embargo, esto no transcurre sencillamente. Tampoco se extravía en lo indeterminado. El desocultar desoculta a él mismo sus propios, múltiples y ensamblados carriles, a través de los cuales él dirige. La dirección misma es asegurada por todas partes. Dirección [*Steuerung*] y aseguramiento (*Sicherung*) llegan a ser, incluso, los rasgos capitales del desocultar pro-vocante. (Heidegger, 2007a: 130/H. 2000a: 17)

Lo que aquí se plantea puede ayudarnos a interpretar un caso paradigmático al que el filósofo se refiere inmediatamente antes del texto citado: el de la central hidroeléctrica en la corriente del Rin. Pero lo que nos interesa ahora de manera especial es tratar de interpretar los medios de información a partir de los modos del des-ocultar pro-vocante y de los rasgos capitales de él a los que se ha referido Heidegger. Lo que se *descubre* en este caso no son las energías ocultas en la naturaleza –como en el caso de la corriente del Rin–, sino hechos noticiosos, algo que tiene que ser notificado al hombre: el nombramiento de un alto dignatario, el atentado a un personaje de fama, la aparición de una nueva marca de cigarrillos, el lanzamiento al mercado de un modelo de automóvil más potente y económico, la presentación de un cantante relacionado con las industrias del disco y el ocio, etc. El hecho que es captado por los medios de comunicación social no queda tal cual es sino que, al ingresar al ámbito de ellos, es *transformado* –de acuerdo a los intrincados y sutiles procedimientos de los técnicos en la materia–, en un

acontecimiento que impacte o que, más bien, pase un tanto desapercibido; que sea sentido como algo favorable o desfavorable; que sea experimentado como algo grandioso y respetable o como ridículo y despreciable. Que la transformación acontezca de una manera o de otra depende de los rasgos capitales del des-ocultar pro-vocante: *dirección*, en primer lugar, y *aseguramiento* de que esa dirección sea tenazmente mantenida. Como, por otra parte, los hechos de los que el hombre tendría que ser notificado son muchos, es necesario *acumularlos* en bancos de datos desde donde se seleccionan para ser *distribuidos* en la forma y el momento oportunos. ¿Oportunos para qué? *Para imponer, en última y decisiva instancia, el estado de opinión pública que se quiere instaurar*. Los acontecimientos inicialmente descubiertos no llegan a nosotros como tales, sino *cambiados*: bajo la forma de imágenes televisivas o de cine, de relatos radiodifundidos, de ilustraciones gráficas, etc.

Cada comunicador social, aisladamente considerado, tiene un radio de acción limitado en su actuar. Los límites los marcan –¿cómo podría ser de otra manera?–, en el plano radical, los rasgos capitales del advenir de nuestra época: la *dirección* en que se procura encauzar a la opinión pública, la reina del mundo según Pascal (Ortega, 2010: 319), y el *aseguramiento* para que ella no se desvíe, o lo haga dentro de un marco estrictamente controlable. La voluntad de poder va ínsita en la operación de los medios informativos.

Los medios de comunicación no sólo tienen una fuerte relación con la verdad de la existencia del hombre [*Erschlossenheit*]; se vinculan, al mismo tiempo, con la verdad del ser, es decir, con el des-ocultar pro-vocante, el que, es necesario decirlo, modula la patencia, aperturidad o estado de abierto del hombre (Acevedo, 2014: 103 ss.), dándole su mismo carácter, a saber, el de la pro-vocación. ¿Qué consecuencias acarrearía ello en lo que a nuestro asunto se refiere?

Apuntaré, por ahora, sólo a dos, apoyándome en la conferencia clave acerca de estos temas, “La pregunta por la técnica” (Heidegger, 2007a: 143 ss./ H., 2000a: 27 ss.). En primer lugar, el hombre se desliza hacia una unidimensionalidad, para expresarnos como Herbert Marcuse, quien apreciaba especialmente la conferencia aludida (Marcuse, 1990: 180 s.). El ser humano tiende a ser incluido en el ámbito de los *constantas* [*Bestände*], o existencias en el sentido comercial de la palabra. El predominio de la propaganda en los medios de comunicación confirma que al hombre se le toma en ellos, ante todo y principalmente –o casi exclusivamente–, como un consumidor. Lo que se presenta para ser consumido puede provenir de los más diversos orígenes: la industria de las bebidas gaseosas, la de la salud, la de los mismos medios de comunicación –que, así, se exaltan a sí mismos–, la industria del ocio (canciones, la mayor variedad de espectáculos, etc.). En casos más complejos –y, también, más excepcionales–, se procura que el hombre sea un buen consumidor y un buen productor, proporcionándosele consejos útiles (“educándolo”). En ocasiones más escasas puede ocurrir algo distinto,

pero la firme tendencia a que nos referimos sigue prevaleciendo, autoasegurando su preponderancia. En principio, nada ni nadie podría hacerla variar sustancialmente. Por otro lado, los medios de comunicación social –en tanto manifestaciones del des-ocultar pro-vocante–, propenden a establecerse como modos de la más alta forma del descubrir, esto es, del advenir, de la verdad o del verificar. Los otros modos de des-encubrir quedan opacados y pospuestos. Así, por ejemplo, los que se desenvuelven en los libros de pensamiento, de meditación. Exagerando un poco –tal vez sólo un poco–, podríamos afirmar que actualmente alguien o algo existe (= es) cuando es recogido y desocultado por los medios. La primacía que, de hecho, ostentan en el nivel de la verdad se conjuga inevitable y obligatoriamente con la preeminencia en el plano entitativo, en el de lo que es. Esperemos que el hombre del futuro no tenga que decir, en el tono y el registro que sea: aparezco en un medio de comunicación social, luego soy.

Inspirándose en Heidegger, Hadrien France-Lanord compara la información periodística con el pensamiento filosófico, de una manera que me parece muy pertinente para lo que estamos examinando. Dice allí:

... si el periodismo tiene en sí una finalidad del todo loable, la de informar, en un texto de filosofía no hay, en cambio, la menor información. ‘Marsella es la segunda ciudad de Francia’ es una información. No se encuentra ninguna frase de esta naturaleza en filosofía. Todo lo que es dicho en filosofía exige que cada uno lo repense integralmente por sí mismo, de modo tal que recibir un discurso filosófico como información bloquea toda posibilidad de pensar [...]. Por ejemplo, nada de lo que es dicho aquí tiene sentido, a menos que sea retomado [*repris*] enteramente, asumido [*pris*] en ustedes mismos y, así, *comprendido* [*compris*]. Ahora bien, para acoger las cosas en nosotros mismos es preciso hacerse cargo de sí mismo [*prendre sur soi*], algo sin lo cual no se entra en las cosas. Hay una responsabilidad en el pensamiento que no hay con la información. En el horizonte del pensamiento debo apropiarme de lo que me es dicho; hay que repensar por sí mismo todo y siempre, lo que requiere de un tiempo que no es el del consumo de páginas sobre papel satinado. [...]. Es preciso, sin embargo, no creer que este fenómeno de poner en grave peligro a la filosofía es nuevo; su forma es nueva, es la de nuestro tiempo –la publicidad, la necesidad devastadora de poner todo a disposición de manera inmediata–, pero la puesta en peligro de la filosofía es tan antigua como la filosofía. En la época de Platón los que obstruyen a la filosofía son los sofistas. [...]. En la época de Descartes, los sofistas, si puedo permitirme esta analogía, se han transformado en teólogos de la Sorbona, y eso es lo que lo lleva a refugiarse en los Países Bajos. Spinoza, que está también en los Países Bajos, ha sido, por su parte, excluido de la comunidad judía. Todos los filósofos son perseguidos por los poderes de su tiempo, y lo son siempre en nombre de algo que se presenta como la verdad dada –sea la de los teólogos de la Sorbona, defensores de los dogmas del pasado, o la de los operadores de la información que reinan hoy día y que imponen lo que sería necesario tener por verdadero en todos los ámbitos. Evidentemente, si se piensa aprender algo de filosofía en el *Mundo de los libros* se está mal encaminado. Pero, en el fondo, nadie

se deja engañar por esto, comenzando por los mismos operadores de este formateo informativo que hoy día predomina excesivamente en todo. (France-Lanord, 2010, 23 s. Lo que va entre corchetes es mío)

Una postura semejante –no digo que idéntica–, hallamos en los escritos de José Ortega y Gasset. Esta postura, en cualquier caso, me parece un buen complemento de lo que hemos planteado en la perspectiva de Heidegger. Me limito a referirme en especial a un breve escrito suyo, titulado “El poder de la Prensa”, de 1930, y a su *Misión de la Universidad*, de la misma fecha, en los que procura situar el poder espiritual inherente a la prensa en el lugar que le correspondería, así como indicar el bajísimo nivel de la prensa europea de ese momento, el cual, sea dicho de paso, no habría cambiado en absoluto –tal vez ha empeorado–, y se extiende a la prensa de todo el planeta.

Tomando en cuenta la situación de Francia en el siglo XVII, hacia 1630, nos dice que allí coexistían

... las influencias o *presiones* de espíritu siguientes: la Iglesia, el Estado, la Universidad, la literatura (*belles lettres*). Pues bien –añade: yo pienso, acaso con error, que hoy no posee plena vivacidad más que un solo ‘poder espiritual’ –el de la Prensa. [Por cierto, creo que este *hoy* de que habla Ortega abarca también el comienzo de siglo que ahora vivimos]. Ahora bien, éste es, por la naturaleza misma de la prensa, el menos elevado de los ‘poderes espirituales’. [...] Y pido en consecuencia, no que la Prensa deje de ser un ‘poder espiritual’, sino que no sea el único y que sufra la concurrencia y corrección de otros. De uno, por lo pronto: la Universidad. Se trata, pues, de la colaboración y *confrontación*, si se quiere hasta de la lucha, entre dos formas de espíritu distintas, para que el hombre medio pueda recibir dos imágenes o interpretaciones diferentes del mundo. La interpretación periodística es y será siempre la perspectiva de lo momentáneo como tal. [...] La interpretación universitaria de las ‘cosas’ es y será siempre la de acentuar en la actualidad lo no momentáneo. (Ortega, 2005a: 345 s. Lo que va entre corchetes es mío)

Lo que postula Ortega, por tanto, es llegar a cierta *normalidad* histórica en lo que se refiere a los poderes espirituales. “Normalmente –indica– han coexistido en la historia *diversos* ‘poderes espirituales’, y sólo esta pluralidad de poderes *diferentes* y más o menos *antagónicos* asegura la salud social” (Ortega, 2005a: 345). Se ve que lo que le preocupa finalmente en este contexto es la salud histórica, la salud social, gravemente amenazada por el hecho de que la prensa ejerza en forma exclusiva el “poder espiritual” dentro de una colectividad. Agreguemos que Ortega da una brevísimas explicación de la decadencia de otros poderes espirituales –la Iglesia, el Estado, la Universidad– en su *Misión de la Universidad* (Ortega, 2005b: 567 s.). Sobre la pérdida del “poder espiritual” de la Universidad se extiende algo más en su discurso “En el centenario de una Universidad” (Ortega, 2006: 737 ss.).

Pero no se trata sólo de que la Prensa se limite a poner en juego el punto de vista de lo momentáneo como tal. En su *Misión de la Universidad* advierte Ortega del peligro a que aludimos diciendo que su profesión lleva al periodista

... a entender por realidad del tiempo lo que momentáneamente mete ruido, sea lo que sea, sin perspectiva ni arquitectura. La vida real –añade– es de cierto pura actualidad; pero la visión periodística deforma esta verdad reduciendo lo actual a lo instantáneo y lo instantáneo a lo resonante. [...] Cuanto más importancia substantiva y perdurante tenga una cosas, menos hablarán de ella los periódicos, y en cambio destacarán en sus páginas lo que agota su esencia con ser un ‘suceso’ y dar lugar a una noticia. (Ortega, 2005b: 567)

Agrega Ortega una consideración que va mucho más allá de las habituales críticas a la Prensa. En el libro mencionado leemos: “Habrían de no obrar sobre los periódicos los intereses, muchas veces inconfesables, de sus empresas; habría de mantenerse el dinero castamente alejado de influir en la doctrina de los diarios, y bastaría a la Prensa abandonarse a su propia misión para pintar el mundo del revés” (Ortega, 2005b, 567). “De aquí –apunta– que en la conciencia pública aparezca hoy el mundo bajo una imagen rigurosamente invertida (Ibíd.: 567).

Dando un diagnóstico alarmante sobre la situación de Europa –que considero plenamente válido para la de los otros continentes–, asigna una tarea de primer orden a la Universidad. Expresa que es “cuestión de vida o muerte para Europa rectificar” (Ortega, 2005b: 568) el hecho de que no exista “en la vida pública más ‘poder espiritual’ que la Prensa” (Ortega, 2005b: 567). Tal rectificación exige, entre otras cosas, que la Universidad “metida en medio de la vida, de sus urgencias, de sus pasiones, ha de imponerse como un ‘poder espiritual’ superior frente a la Prensa, representando la serenidad frente al frenesí, la seria agudeza frente a la frivolidad y la franca estupidez. Entonces volverá a ser la Universidad lo que fue en su hora mejor: un principio promotor de la historia europea” (Ibíd.: 568).

Por cierto, lo que afirma Ortega acerca de Europa es válido, *en principio*, para todo el planeta, y más ahora que en 1930, considerando que la prensa se despliega en nuestros días con más fuerza que nunca a través de la radio, el cine, la televisión, los teléfonos móviles e Internet, medios de comunicación colectivos omnipresentes en nuestro mundo.

Cuando se dice que la educación debe insertarse en la sociedad del conocimiento es preciso estar alerta. Por lo pronto, se está diciendo con ello que los educandos deben ser adiestrados para que a través de la adquisición de modos de pensar técnicos sean más eficaces en los procesos productivos. Pero, ¿la *educación* tiene que reducirse a eso, a hacer adquirir ciertas “competencias” que le otorguen un “valor agregado” al “material humano” haciéndolo más “competitivo”?

En la perspectiva de Heidegger, si se actuara como se ha sugerido, se actuaría unilateralmente. Sólo se habilitaría a las gentes para activar lo que él lla-

ma pensamiento calculador, el que se inscribe en lo que hemos descrito como des-ocultar pro-vocante, el modo de la verdad preponderante en la época técnica.

La peculiaridad del pensar calculador, dice Heidegger,

... consiste en que cuando planificamos, investigamos, organizamos una empresa, contamos ya siempre con circunstancias dadas. Las tomamos en cuenta con la calculada intención de unas finalidades determinadas. Contamos de antemano con determinados resultados. Este cálculo caracteriza a todo pensar planificador e investigador. Semejante pensar sigue siendo cálculo aun cuando no opere con números ni ponga en movimiento máquinas de sumar ni calculadoras electrónicas. El pensamiento que cuenta, calcula; calcula posibilidades continuamente nuevas, con perspectivas cada vez más ricas y a la vez más económicas. El pensamiento calculador corre de una suerte a la siguiente, sin detenerse nunca ni pararse a meditar. El pensar calculador no es un pensar meditativo; no es un pensar que piense en pos del sentido que impera en todo cuanto es. (Heidegger, 1989: 18/H., 1959: 14 s./H., 2000c: 519 s.)

La educación tendría que tomar en cuenta también, y muy especialmente, el pensar meditativo, aquel que piensa “en pos del sentido que impera en todo cuanto es”. Sólo así la educación merecería el nombre de tal. “El pensar meditativo –advierte Heidegger, contra lo que se podría imaginar–, se da tan poco espontáneamente como el pensar calculador. El pensar meditativo exige a veces un esfuerzo superior. Exige un largo entrenamiento. Requiere cuidados aún más delicados que cualquier otro oficio auténtico” (Heidegger, 1989: 19/H., 1959, 15/H., 2000c: 520). En otras palabras: la educación no tendría que quedar presa en los ámbitos del des-ocultar pro-vocante o técnico. Le es imprescindible tomar en cuenta y cultivar otro modo de la verdad, otra forma del advenir, que con Heidegger podemos llamar des-ocultar deferente, considerado, que trata con precaución, con miramientos y con tacto, que protege, cuida y mira-por (Heidegger, 2007b: 212 ss./H., 2000b: 150 ss.).

Bibliografía

- Acevedo Guerra, J. (2014) *Heidegger: existir en la era técnica*, Santiago de Chile: Ediciones de la Universidad Diego Portales.
- Beaufret, J. (1987) *Al encuentro de Heidegger. Conversaciones con Frédéric de Towarnicki*, Caracas: Monte Ávila Editores (Trad. de Juan Luis Delmont).
- France-Lanord, H. (2010) *S'ouvrir en l'amitié*, Le Mans: Éditions du Grand Est.
- Heidegger, M. / H. (2007a) "La pregunta por la técnica". *Filosofía, Ciencia y Técnica*, Santiago de Chile: Editorial Universitaria. Trad. de Francisco Soler Grima. Ed. de Jorge Acevedo Guerra.
- (2007b) "Construir Habitar Pensar". *Filosofía, Ciencia y Técnica*, Santiago de Chile: Editorial Universitaria. Trad. de Francisco Soler Grima. Ed. de Jorge Acevedo Guerra.
- (2006) *GA 11: Identität und Differenz*, Frankfurt a. M.: V. Klostermann.
- (2000a) "Die Frage nach der Technik". *GA 7: Vorträge und Aufsätze*, Frankfurt a. M.: V. Klostermann.
- (2000b) "Bauen Wohnen Denken". *GA 7: Vorträge und Aufsätze*, Frankfurt a. M.: V. Klostermann.
- (2000c) "Gelassenheit". *GA 16: Reden und andere Zeugnisse eines Lebensweges*, Frankfurt a. M.: V. Klostermann.
- (1997) *GA 10: Der Satz vom Grund*, Frankfurt a. M.: V. Klostermann.
- (1991) *La proposición del fundamento*. Barcelona: Ediciones del Serbal. Trad. de Félix Duque y Jorge Pérez de Tudela.
- (1989) *Serenidad*, Barcelona: Ediciones del Serbal (Trad. de Yves Zimmermann).
- (1988) *Identidad y Diferencia/Identität und Differenz*, Barcelona: Anthropos. Edición de Arturo Leyte (Trad. de Helena Cortés y Arturo Leyte).
- (1959) *Gelassenheit*, Pfullingen: Neske.
- Marcuse, H. (1990) *El hombre unidimensional*. Barcelona: Ariel.
- Ortega y Gasset, J. (2010), *El hombre y la gente, Obras Completas* Vol. X, Madrid: Fundación José Ortega y Gasset/Ed. Taurus. Se cita según esta edición.
- (2006), "En el centenario de una Universidad", *Obras Completas* Vol. VI.
- (2005a), "Sobre el poder de la Prensa", *Obras Completas* Vol. IV.
- (2005b), *Misión de la Universidad, Obras Completas* Vol. IV.