







































































que se pueden añadir los cinematográficos, especialmente las películas comerciales de su época producidas por la industria de Hollywood- contribuían desde sus inicios a garantizar el *statu quo*, dirigiéndose, en el marco multiplicidad de estratos psicosociales, al inconsciente del espectador con mensajes que priman la adaptación<sup>13</sup>. Y también producían conformismo mediante la reducción de la cultura a puro entretenimiento, complaciendo al espectador en sus ideas, sin perturbarlo y sin demandar esfuerzos intelectuales (Adorno, 1954b: 7). En esta línea, los programas televisivos y las películas de la época floreciente de la industria cultural articulaban sus tramas mediante tópicos, ofreciendo contenidos de fácil seguimiento. Para ello empleaban reiteraciones temáticas y fórmulas formales, que infantilizaban al espectador en la medida en que se trataba de que éste pudiera anticipar el desarrollo narrativo sin apenas esforzarse. En este sentido, como el resto de los productos en las condiciones de la industria cultural, la televisión y la mayor parte del cine presentaban un carácter potencialmente regresivo (Hervás, 2011: 110).

Los programas de televisión reproducían así el tipo de sujeto alter-dirigido, y no intra-dirigido (Adorno, 1954b: 4), prototípico del capitalismo tardío, cuyo modelo de comportamiento y figura de autoridad ya no recaía en la figura paterna familiar, sino en los grupos de pares de entornos educativos, culturales o laborales. La crisis del individuo burgués, de las condiciones de posibilidad del modelo de sujeto que actúa autónomamente según principios racionales y morales siendo responsable de sus actos, tiene así su plasmación en el nuevo tipo humano del capitalismo tardío<sup>14</sup> (Maiso, 2019). Este individuo posliberal encuentra en los modos de socialización de la industria cultural formas de pseudo-pertenencia y pseudo-identidad compensatorias de la impotencia, el antagonismo y la atomización, mediante la identifi-

---

<sup>13</sup> "Para explicar cómo afectan estos programas a sus espectadores hay que recordar el concepto (demasiado familiar) de complejidad estética: el hecho de que ninguna obra de arte comunica su contenido unívocamente por sí misma. Ese contenido es complejo, no se puede simplificar y se despliega a lo largo de un proceso histórico. Con independencia de los análisis sobre Beverly Hills, Hans Weigel ha mostrado en Viena que el cine, producto de la planificación comercial, carece de esa complejidad; con la televisión sucede lo mismo. Pero sería demasiado optimista creer que la complejidad estética ha sido sustituida por la univocidad informativa. Más bien, la complejidad (o su forma de decadencia) es aprovechada por los productores en su propio beneficio. Los productores se quedan con su herencia al presuponer que en el espectador hay varias capas superpuestas psicológicamente que ellos intentan atravesar buscando una meta unitaria y racional (según los conceptos de los que mandan): reformar el conformismo en el espectador y consolidar el *statu quo*". Los productores ofrecen infatigablemente a los espectadores "mensajes" (*messages*) patentes y ocultos. Tal vez los mensajes ocultos tengan la primacía en la planificación, ya que son los más eficaces psicotécnicamente" (Adorno, 1954a: 457)

<sup>14</sup> Sobre la crisis del individuo burgués en el paso del mundo liberal al capitalismo tardío y sus consecuencias subjetivas y sociales, ver Zamora (2001) y López Álvarez (2011).

cación con grupos de pares o modelos de comportamiento a través de los productos que consume. En este sentido, el esfuerzo activo que el sujeto realiza no es más que la elección del producto entre una oferta múltiple -atendiendo al código de estatus y distinción que ofrece y al grupo al que vehicula- y no ya, como aspiraba el mundo burgués, la confrontación crítica con el producto o una experimentación gnoseológica o estética alternativa. Pese a las evidentes transformaciones que ha sufrido la industria cultural en las décadas recientes, este diagnóstico de lo que inaugura en la relación entre el espectador y el producto cultural sigue vigente<sup>15</sup>.

De acuerdo con Mateu Cabot (2017: 1173), Adorno consideraba que los productos audiovisuales televisivos generan conformismo e infantilización en tanto que: (1) adiestran al espectador en la interpretación que ha de hacer de las imágenes y los sonidos que aparecen en la pantalla; (2) resultan placenteros emocionalmente en su visualización y armónicos en su percepción intelectual; (3) y, finalmente, prometen más gratificaciones en el futuro. Frente a ello, la serie de *American Crime* evita buena parte de los procedimientos típicos de los productos audiovisuales que acentúan la regresión cognoscitiva, además de producir conformismo e infantilización. Juega para ello con cuestiones formales y de contenido que ofrece su dimensión cinematográfica, que le permiten trasgredir las determinaciones del género de suspense, del formato de entretenimiento y del carácter compensatorio de su contenido. Quizás ello explique su fracaso comercial. Aunque la mayor parte de series contemporáneas contienen elementos propios del formato televisivo, que analizó Adorno en el siglo XX, y que suponen y presuponen la regresión intelectual y la infantilización, en la actualidad no es apropiado reducir las características de las series a las de los programas típicos de la televisión, ni en relación con su forma ni con su recepción. En las series televisivas contemporáneas se mezclan elementos propios del cine y la televisión. Una serie podría ser caracterizada como una película serial o por entregas. No obstante, en la actualidad las series televisivas son mayoritariamente visualizadas en el espacio doméstico, como ocurría con la televisión en la época de la industria cultural emergente que analizó Adorno, a diferencia del cine, que ahora también puede ser consumido en el espacio personal privado<sup>16</sup>. Por otra parte, las series televisivas tienen una duración actual que tras-

<sup>15</sup> Sobre las transformaciones de la industria cultural desde los análisis de Adorno hasta la actualidad, ver: Duarte (2011), Maiso (2018).

<sup>16</sup> La diferencia específica de las series de televisión actuales respecto al cine reside en su carácter serial, en el hecho de que su formato es la sucesión de episodios en el marco de una temporada que puede abrirse a otra nueva temporada. Eso permite abrir un espacio narrativo mucho más extenso y

ciende con creces los quince minutos que duraban cuando Adorno hizo sus análisis sobre la televisión (Adorno, 1954b: 13-14). Si entonces su escasa duración impedía el desarrollo matizado de la trama y los personajes, en la actualidad, tanto su carácter serial, por capítulos y temporadas, como la duración misma de los capítulos, les permite una extensión mucho más larga que una película convencional. Pueden así desarrollar con detalle contenidos narrativos y personajes, incluso desplegando la evolución de numerosos personajes e instituciones a lo largo de una cronología extensa o con infinitud de matices. Lo que era imposible cuando la duración de una cuarto de hora era una de las características de los programas de televisión. Además, las series actuales no carecen de autonomía estética, como sí que ocurría con los programas televisivos según los análisis de Adorno de la televisión, que constataban la sustitución en ese medio de la formalidad artística por el mero "funcionamiento y la presentación", la mera exhibición (Adorno, 1954a: 455). En este sentido, la autonomía estética a la que pueden aspirar las series en la actualidad proviene en buena medida del uso de elementos propios del cine, al que añade propios, vinculados especialmente a su carácter serial, como lo es el desarrollo de la trama y los personajes de forma muy detallada o en una cronología extensa<sup>17</sup>. Estos elementos son los que emplea *American Crime* de manera que no reproduce los típicos de los productos televisivos o cinematográficos que implican una regresión intelectual, crean conformismo e infantilizan al espectador.

Uno de los procedimientos que supuso una regresión intelectual en la recepción de productos audiovisuales, y que sigue vigente, es su clasificación en género -comedia, drama, horror, suspense, policíaco, cine negro, western, etc.-. La codifica-

---

matizado que el de una película tradicional. Otra diferencia es que en las series la actividad creativa la suelen desempeñar el productor ejecutivo y en el guionista principal, a diferencia de en el cine que lo hace el director. (Corcuff, 2022: 107). Por otra parte, en la época en que Adorno analizó la industria cultural, para disfrutar del cine había que hacerlo en un espacio público y de manera preeminentemente colectiva, a diferencia de los productos de la radio y la televisión que llegaban hasta el espacio doméstico de los consumidores. En la actualidad, las películas y documentales, aunque todavía pueden ser consumidas en espacios públicos y colectivos, llegan también hasta los espacios domésticos de los espectadores, como ocurre con las series de televisión. Además, en la actualidad, pueden ser consumidas cada vez más en el momento en que el espectador elija y con el ritmo que le convenga.

<sup>17</sup> Tras su regreso a Alemania del exilio estadounidense y su relación con nuevo cine europeo, Adorno confía en que el cine, a través del montaje, pueda encontrar formas de distanciamiento propias, que le permitan superar los límites intrínsecos a su carácter representacional y producir arte y no meros productos regresivos, conformistas e infantilizantes. En artículos como *Transparencias cinematográficas* (1966) Adorno despliega esta visión, que le aleja del pesimismo inicial respecto de las posibilidades del cine, manifiesto en los análisis que realizó con H. Eisler en *Composición para el cine* (1947) (Maiso y Viejo, 2006; Hervás, 2011).

ción de películas y programas televisivos conlleva el empleo de tópicos y formulismos que facilitan al espectador seguir y anticipar el contenido de los productos audiovisuales. En este sentido, la distribución de productos audiovisuales según codificaciones formales y temáticas no es solo una práctica posterior a la producción, sino que afecta a la previa concepción y elaboración de estos. Y afecta también a la predisposición del espectador, en el que la codificación tiene un efecto previo de adiestramiento (Cabot, 2016: 1169). El género se reconoce en los patrones formales y temáticos que se emplean, que el propio espectador reconoce como condición perceptiva de la película o el programa. Según Adorno, esta clasificación en géneros pautaba la actitud del espectador, creando expectativas sobre la trama y los personajes mediante el uso sistemático, rutinizado y estandarizado de señales, recursos y estilos propios -o de una combinación de estos- (Adorno, 1954b: 11). El espectador puede anticipar lo que va a ocurrir. No solo el comportamiento de los personajes resulta predecible en la medida en que son tipos ideales caricaturizados, sino también los propios giros narrativos que aparentemente se presenten como sorprendidos. En realidad, los giros narrativos ya se han anunciado mediante tópicos formales, mediante señales latentes, musicales, visuales o comportamentales, que son en realidad casi explícitas, pero cuya forma pseudo velada hace creer al sujeto que está entre los pocos astutos que ha adivinado lo que va a ocurrir o que un giro narrativo va a acontecer. "El espectador recibe lo que de antemano ya esperaba recibir. Por tanto, supone una *regresión* con respecto a lo que el arte, en tanto dotado de contenido de verdad, puede dar al ser humano. Para Adorno se pierde el carácter *enigmático* que tradicionalmente acompañaba siempre a lo artístico". (Hervás, 2011: 110).

"Los lectores podían esperar que ocurriera cualquier cosa. Esto ya no es válido. Todo espectador de una historia de detectives televisada sabe con absoluta certeza cómo va a terminar" (Adorno, 1954b: 3). Esta seguridad en lo que va a acontecer, debido a la clasificación en géneros de los productos audiovisuales, responde, según Adorno, más que a la satisfacción de un deseo de estremecimiento de los espectadores, a la necesidad infantil de protección, que encuentra ahora una satisfacción comercial (Adorno, 1954b: 3). El consumidor de cultura audiovisual se comporta infantilmente sin saberlo, en la medida en que al acomodarse a lo predecible en la visualización de los productos recibe una sensación de amparo complaciente. Este fenómeno es un síntoma de la regresión gnoseológica y afectiva que la socialización del capitalismo tardío supuso respecto a las expectativas burguesas

de autonomía individual mediante una formación cultural esforzada y responsable. En *Televisión y Cultura de Masas* Adorno señalaba que "estos cambios coinciden con el cambio potencial de una sociedad libremente competitiva a una sociedad virtualmente "cerrada" en la que uno quiere ser admitido o de la que uno teme ser rechazado" (Adorno, 1954b: 3).

Al mismo tiempo que la figura de la autoridad paterna se veía desplazada por los grupos de pares o los modelos publicitarios, vinculados a las nuevas formas de socialización de la industria cultural, se incrementaban las exigencias de adaptación que recaían sobre el sujeto en los ámbitos del trabajo y el ocio para su integración exitosa. En este sentido, el sujeto experimenta en cada vez más ámbitos de la vida social y personal la heteronomía de las determinaciones sociales externas. El miedo a la exclusión social era un fenómeno en auge en la época, como lo sigue siendo en la actualidad, pues dichas tendencias no han sido revertidas. En este contexto, la predictibilidad de la trama y el comportamiento de los personajes según el género al que pertenece la película o el programa de televisión brindaban al sujeto la posibilidad de sentir temporalmente seguridad y acomodo, además de sentirse perspicaz e inteligente.

En esta línea, además del miedo y la inseguridad respecto a la aceptación social, en el capitalismo tardío el sujeto siente también su impotencia ante la totalidad social y ante las exigencias inmediatas y crecientes del desempeño laboral y del reconocimiento social en el ocio. Por ello, las formalidades de los géneros audiovisuales que permiten la anticipación, además de satisfacer la necesidad de seguridad del espectador, también transmiten la sensación de que es listo. El espectador, que sabe lo que va a pasar en la trama, que puede predecir lo que llegará, se sabe a sí mismo curtido y astuto (Adorno, 1954b: 5). Obtiene así la confirmación de que no es un tipo ingenuo, de que pertenece a los listos, a los que nada les sorprende ni nada se les escapa, pues todo lo puede vaticinar. Si bien son las determinaciones temáticas y formales del género, compuestas por formalismo y estereotipos, las que orientan lo que el espectador puede prever que ocurra, el espectador ha de sentir que él mismo ha llegado a ello, por su astucia o inteligencia. Así, la anticipación que le hace sentir astuto e inteligente no requiere paradójicamente apenas esfuerzo intelectual, ni demasiada concentración. Solo tiene que seguir lo previsto y reconocer lo ya sabido para anticipar lo que supuestamente todavía no sabe (Adorno, 1954b: 5). De este modo, los formulismos del género funcionan para el espectador como pseudo compensaciones de la inseguridad y la impotencia, puesto que la sen-

sación de amparo y astucia que brindan no proviene ni del desarrollo del juicio autónomo ni de la capacidad de emplearlo con miras a la seguridad existencial y al reconocimiento social.

Para ilustrar estos fenómenos, el género al que frecuentemente se refiere Adorno es precisamente el policíaco (Adorno, 1954a; 1954b). En las historias de detectives se puede saber con certidumbre y anticipación cómo van a terminar: el triunfo del bien sobre el mal o la correspondiente derrota del villano a manos del héroe. Durante su visualización, el espectador puede entretenerse interpretando señales y premisas, que le permiten anticiparse a la trama en el develamiento del móvil o agente criminal. Incluso los giros de guion o las sorpresas que guardan los personajes pueden preverse en cierto modo. El desarrollo de la trama acaba estando supeditado a la posibilidad de que los espectadores desvelen con anticipación los sucesivos acontecimientos y, especialmente, del autor o el motivo del crimen.

Aunque *American Crime* contiene mucho de estos elementos del género de suspense, tales como el misterio sobre el crimen y el despliegue de premisas en el desarrollo de la trama, no obstante, no son centrales para la comprensión, disfrute y seguimiento de la serie. La resolución del crimen inaugural queda en un segundo plano mientras la narración avanza abriendo nuevos problemas y agravios que complejizan la situación inicial. El interés se va desplazando progresivamente a las vidas de los personajes, a la comprensión de sus biografías y condicionantes sociales. Igualmente, la previsión de la conducta de los personajes resulta muy difícil en la medida en que no son prototipos ideales. Los personajes son individuos complejos, para cuya comprensión se requiere no solo el conocimiento de su psique sino también de las determinaciones sociales de su comportamiento o carácter. A medida que avanza la trama, los personajes se hacen más complejos psicológica y socialmente, condensando ambivalencias y contradicciones de la propia sociedad. Que los personajes no sean inmediatamente predecibles no se debe entonces a la existencia de giros de guion inesperados que muestran la cara oculta de un sujeto. Más bien su imprevisibilidad tiene que ver con que su comportamiento responde a la compleja interacción de una multiplicidad de factores de género, de clase, raciales, sexuales, geográficos, familiares e incluso circunstanciales y accidentales. En la misma línea, la anticipación de la trama resulta estéril, porque de lo que se trata no es de desvelar y castigar al autor del crimen, sino de mostrar la multiplicidad de responsabilidades vinculadas a las posiciones sociales de los sujetos. Pero, sobre todo, en tanto que *American Crime* no perfila a sus personajes como buenos y malos abso-

lutos, sino todo lo contrario, no se puede esperar que el final consista en el triunfo de bien sobre el mal.

Otro de los procedimientos típicos de los programas televisivos o películas, que no fomentaban el desarrollo de facultades intelectuales, sino que incidían en las tendencias gnoseológicas y afectivas regresivas, lo constituía para Adorno el empleo sistemático de estereotipos, clisés o ideas fórmula (Adorno, 1954b: 13-14). El producto audiovisual típico de la industria cultural no demanda al espectador mucho más que seguir el contenido manifiesto de la narración. Solo se requiere seguir la evolución de la trama y de los personajes en tanto que identificación y puesta en relación de hechos que acontecen en un marco cronológico y circunstancial. Para facilitar este seguimiento, el producto audiovisual recurre frecuentemente a clisés que permiten al espectador identificar rápidamente a los personajes y, de nuevo, anticipar su comportamiento. Los personajes estereotipados se comportan según algún un atributo básico que, además de determinar esencialmente su carácter, lo perfila sin contradicciones y ambivalencias. Así, su comportamiento en la trama puede ser vaticinado con facilidad, además de no requerir una comprensión compleja y esforzada. El comportamiento del personaje responde a sus cualidades esenciales en tanto que bueno o malo, simpático o borde, solidario o egocéntrico, culto o bruto, perspicaz o inocente, guapo o feo, flaco o gordo, sano o enfermo, ambicioso o vago, entre otras muchas posibilidades. El personaje es así idéntico a sí mismo durante el desarrollo de la trama. No hay evolución, ni complejidad, en la figuración de los personajes, pues incluso en las tramas en las que hay un cambio inesperado de comportamiento, se trata de un simple juego con el paso de un estereotipo a otro, por alguna circunstancia o cambio de perspectiva que da la vuelta a todo. Lo mismo ocurre con las situaciones y evoluciones dramáticas cuando se construyen a partir de patrones predefinidos y lugares comunes.

Con este empleo sistemático de clisés, estereotipos o fórmulas tipo se evita que el espectador tenga que esforzarse intelectualmente. El seguimiento de una trama elaborada a base de patrones predecibles no requiere apenas erudición ni reflexión, menos aún conceptualización. Además, entorpece el desarrollo de la reflexividad y la imaginación. Los lugares comunes, las ideas fórmula o los prototipos permiten una visualización complaciente, en la medida en que el producto audiovisual no necesita ser comprendido sino sencillamente seguido. La atención se mantiene gracias al entretenimiento que permite el seguimiento de las premisas de la narración y la expectativa de que acontezca lo previsto. No hace falta una concentración

esforzada para comprender una trama o personajes complejos. El problema de estos procedimientos audiovisuales de simplificación, anticipación y mecanización es que no fomentan el desarrollo autónomo de la argumentación, la sensibilidad o la capacidad de juzgar<sup>18</sup>.

Frente a esta tendencia, *American Crime* perfila personajes complejos, psicológica y socialmente, que no pueden ser reducidos a estereotipos predecibles, ya que encarnan una multiplicidad de contradicciones y antagonismos sociales. En este marco, los personajes son afectivamente ambivalentes, despertando así afectos encontrados en el espectador, tal y como ocurre con las personas reales. Han de actuar en situaciones contradictorias, viéndose ocasionalmente superados por su complejidad o fatalidad. Los personajes encarnan así las tendencias de los modos de subjetivación del capitalismo contemporáneo, en su especificidad estadounidense. Su comportamiento se comprende según su posición relacional en términos de clase, género o raza, sin que por ello caiga su figuración en el estereotipo. La complejidad de cada situación personal, atravesada por privilegios y opresiones diversas, se traduce en personajes complejos, no reductibles a un rasgo de carácter o circunstancia que explique unívocamente su conducta. La serie permite así mostrar el modo en que los sujetos vivos, las personas concretas, son afectadas por las relaciones sociales de la sociedad falsa, heterónoma y antagonica. Esta pericia constituye una de las grandes aportaciones que los productos audiovisuales pueden hacer en la línea de la teoría crítica de la sociedad.

En esta misma línea, la serie no complace al espectador tampoco en la disposición subjetiva a identificarse o empatizar sentimentalmente con un personaje de manera categórica. Ninguno de los personajes de *American Crime* está retratado con absoluta simpatía, todos tienen algún rasgo o comportamiento deleznable. De este modo, la serie tampoco cae en el pernicioso fenómeno de la personalización del mal en una institución o personaje concreto, que permita ofrecer una explicación sencilla, voluntarista y naturalista de la inmundicia. Y que se podría resumir en la siguiente fórmula: si existe el mal es porque hay personas malévolas. Su acierto reside precisamente, como ya se ha señalado, en visibilizar e ilustrar el modo en que los individuos concretos están condicionados y dañados por las determinaciones

---

<sup>18</sup> "De este modo, todo queda apresado en las mallas de la socialización y nada es ya naturaleza a la que no se haya dado forma; pero su tosquedad -la vieja ficción- consigue salvarse la vida tenazmente y se reproduce ampliada: cifra de una conciencia que ha renunciado a la autodeterminación, se prende inalienablemente a elementos culturales aprobados, si bien éstos gravitan bajo su maleficio, como algo descompuesto, hacia la barbarie." (Adorno, 1954b: 3)

sociales de nuestra contemporaneidad. Esta atención cuidadosa a la vida concreta, desde las determinaciones de lo social, es algo que la teoría no puede hacer de la misma manera que lo puede hacer la literatura o el cine.

Pero no siempre lo hace. Y otro de los motivos por el que no realiza esa potencia, sino que producen conformismo, es que los productos televisivos o cinematográficos, según Adorno, se acomodan a una forma de pseudo-realismo sobre el que se edifican y funcionan los clisés y estereotipos (Adorno, 1954b: 13). Esta falsa autenticidad del cine o la televisión tiene como reverso la expectativa de los espectadores de veracidad o el anhelo de exactitud en la información. Por su parte, la televisión, desde sus inicios se presenta como si fuera una mera "ventana al mundo", su secreto a voces consiste en producir una ficción que parezca no serlo (Cabot, 2017: 118). Respecto al cine, en tanto que la base de fundamento la constituyen imágenes fotográficas en movimiento, si por algo se caracteriza es por parecer una representación inmediata y directa de la realidad, lo que constituye uno de los principales desafíos de este medio cultural para convertirse en arte (Maiso, 2004: 2). Al igual que la palabra en su uso cotidiano parece remitir a la cosa misma, la centralidad de la imagen fotográfica en el cine hace que el contenido audiovisual aparezca como si fuera la realidad misma. No se trata aquí del carácter realista de ciertas películas o documentales, que tratan de describir condiciones fatídicas y miserables de la realidad cotidiana sin edulcorarlas, sino de que la propia naturaleza audiovisual, en tanto que sucesión de imágenes fotográficas, parece que ya de suyo está mostrando la realidad tal y como es (Adorno, 1966: 132-134). Parece como si el cine o la televisión, como supuestamente las fotos de la realidad, reprodujeran las cosas tal y como son. Este pseudo realismo no se refiere tampoco a que los espectadores confundan la televisión o el cine, la representación, con la realidad. Lo que ocurre que sus contenidos son visualizados de manera inconsciente como si fueran reales. O, más concretamente, que los espectadores mismos esperan realismo de los productos audiovisuales, sin que ello contradiga su carácter de ficción.

En realidad, el pseudo realismo que anhelan los espectadores de los productos televisivos o cinematográficos no es que la información sea certera o la representación aspire una forma de verdad conceptual. El falso realismo consiste, por el contrario, en que el espectador se enfrente estratégicamente con la cruda realidad que le interesa para integrarse exitosamente (Adorno, 1954b: 12). Se trata de que aprenda a lidiar con la realidad, para moverse exitosamente en el ámbito laboral, en el ocio o incluso en las relaciones personales. Así, por una parte, el supuesto

realismo de algunos productos audiovisuales consiste en transmitir a los espectadores la enseñanza de que más les vale ser realistas, en tanto que solo siendo racionalmente instrumentales podrán integrarse con éxito en la sociedad. Se trata de mostrar la conveniencia de la conformación, de transmitir la máxima de que es provechoso "adaptarse a cualquier precio y que no puede esperarse nada más de individuo alguno. El perenne conflicto de clase media entre la individualidad y la sociedad ha quedado reducido a un recuerdo indistinto y el mensaje es invariablemente el de identificación con el *status quo* (Adorno, 1954b: 7). En última instancia, el realismo aquí coincide con la astucia. Por otra parte, la ilusión de autenticidad de la televisión y el cine puede tener como efecto en la audiencia la proyección de la "realidad" audiovisual a la representación de la realidad extra-audiovisual. Por ejemplo, el género de suspense o el policíaco podrían contribuir a generar una impresión de que el crimen es normal (Adorno, 1954b: 13).

Respecto a esta tendencia al pseudo realismo o falsa autenticidad, la serie *American Crime* hace en cierto modo algo muy diferente y más potente para crear distancia crítica y reflexividad: crea la impresión de que la normalidad contiene un potencial criminal. No es la criminalidad la que acecha oculta en la normalidad hasta que la asalta, sino que la propia normalidad, que es en sí misma antagónica y estructuralmente violenta y desigual, además encierra en potencia la agresión y el abuso, la violencia directa, simbólica o física, sea delictiva o no. En este sentido, el tipo de "realidad" que se despliega en la serie no atañe tanto al desarrollo manifiesto de la trama -las acciones y reacciones de los personajes y las instituciones, las circunstancias, etc.-, puesto que, como ya se ha argumentado, es poco probable, aunque sea plausible. Si la serie nos confronta con algún tipo de "realidad" es una que requiere de la comprensión de las formas de dominación, opresión y antagonismo social de las sociedades contemporáneas, puesto que es lo único que explica adecuadamente el comportamiento de los personajes y las instituciones. El realismo es la confrontación con que las determinaciones sociales imposibilitan la vida justa. La serie *American Crime* tampoco transmite a los espectadores un realismo instrumental para el desarrollo de la astucia, que anime a la adaptación y al conformismo. Más bien transmite idea de que la adaptación a la normalidad implica sufrimiento propio y ajeno. La serie advierte que la búsqueda de la adaptación no es garantía de éxito o gratificación. Quizás por todo ello *American Crime* resultó ser un fracaso comercial. Las determinaciones formales del cine en tanto que cultura o arte no son suficientes para el cumplimiento de su finalidad en el marco de la

industria cultural, que impone la necesidad de que las películas sean comercializables (Hervás, 2011: 113). El fracaso de su comercialización supone el fin, como ocurrió en esta serie, de su continuación.

Finalmente, *American Crime* no cae en el fenómeno de la personificación de conceptos sociales o políticos, esto es, que los personajes representen una idea sociopolítica en su comportamiento –por ejemplo, el autoritarismo, la democracia, la desigualdad, la pobreza, el dominio de clase, etc.– (Adorno, 1954b: 15). La personificación es otro rasgo típico de los productos audiovisuales que está presente en el cine actual y lo está también en la televisión desde los inicios, cuando Adorno realizó sus análisis<sup>19</sup>. Este fenómeno audiovisual merma la capacidad de pensar la complejidad social, las mediaciones sociales y contradicciones, además de inducir a una cierta pereza intelectual y ofrecer peligrosas compensaciones a la impotencia y descargas de rabia cuando el mal se personifica en un grupo social vulnerable. “Nada resulta, sin embargo, más difícil para los seres humanos que experimentar y comprender lo anónimo, lo objetivo, como tal. En tanto que seres vivientes sólo pueden salir adelante buscando la culpa de lo negativo a la vez en seres humanos y con ello humanizar, por así decir, el peligro de la deshumanización” (Adorno 1953: 418). El fenómeno audiovisual de la personalización coincide con una disposición subjetiva en las formas de aprehensión del malestar sociopolítico, que tiene efectos nocivos y que redundante en la impotencia. Muchos productos audiovisuales –series, películas, informativos, programas de televisión e incluso documentales– proyectan un concepto político o social en personaje concreto, que condensa así los rasgos característicos del fenómeno que se tratan de representar.

Este procedimiento además de implicar una simplificación de fenómenos complejos supone una burda psicologización del problema, en la medida en que parece que es la personalidad del personaje lo que explica el fenómeno social o político. El personaje condena la causa del comportamiento social o institucional, la explica y la encarna, como si el fenómeno se explicase por los rasgos caracteriales de la persona<sup>20</sup>. Este procedimiento televisivo y cinematográfico engancha con la disposi-

---

<sup>19</sup> “El recurso estándar que se utiliza es el de la personalización espuria de cuestiones objetivas. Los representantes de las ideas atacadas, como sucede aquí en el caso de los fascistas, son presentados como villanos en un ridículo estilo “de capa y espada”, en tanto que aquellos que combaten por la “buena causa” son idealizado personalmente. Esto no sólo aleja de toda cuestión social concreta, sino que afianza la división del mundo, psicológicamente tan peligrosa, en negro (el grupo de afuera) y blanco (el grupo de adentro)” (Adorno, 1954b: 15).

<sup>20</sup> “Se crea la impresión de que el totalitarismo surge de desórdenes caracterológicos en políticos ambiciosos y de que es derrocado por la honradez, el coraje y la calidez humana de aquellas figuras

ción psico-social de los sujetos a personificar el mal, la causa del malestar, en instituciones o grupos sociales concretos. Lo cual constituye un obstáculo para la comprensión de formas de dominación abstractas o impersonales como es la dominación del capital o el antagonismo de clases, que no se reducen a ser efecto de una voluntad agente. Esto tiene efectos políticos terribles, porque además de que los sujetos siguen desconociendo las causas de su propio malestar, la personificación funciona como mero mecanismo subjetivo compensatorio y de autoafirmación, incitando al odio contra ciertos grupos sociales e instituciones, que devienen chivos expiatorios propicios. En este sentido, el procedimiento audiovisual de la personificación alimenta un mecanismo psicosocial vinculado a tendencias autoritarias -tales como el comportamiento viril, exclusivista e insolidario- propias de nuestra actualidad y que la serie *American Crime* muestra con acierto.

Adorno lo advirtió con claridad y clarividencia: "Por cierto, *ninguna producción artística puede ocuparse de ideas o credos políticos in abstracto, pues tiene que presentarlos en términos de su impacto concreto sobre los seres humanos, pese a lo cual sería fútil presentar individuos como meros especímenes de una abstracción, como títeres representativos de una idea. A fin de ocuparse del impacto concreto de los sistemas totalitarios resultaría más recomendable mostrar cómo la vida de gente común es afectada por el terror y la impotencia, en vez de encarar la psicología falseada de los figurones, cuyo rol heroico es calladamente reconocido en semejante tratamiento por más que se los represente como villanos. Al parecer no hay casi otro problema de tanta importancia como un análisis de la pseudo-personalización y sus efectos, el cual no se limita en modo alguno a la televisión*" (Adorno, 1954b: 15).

La serie *American Crime* no cae en este procedimiento audiovisual reduccionista y pernicioso. Por el contrario, la propia trama muestra cómo la necesidad subjetiva de personificar el mal conduce a la identificación paranoica de chivos expiatorios, a la venganza desproporcionada, a la negación de la propia responsabilidad, a la evitación patológica del duelo o, finalmente, al conformismo social. Precisamente, uno de los elementos trágicos en la serie es que los propios personajes entienden su malestar como efecto efecto de sujetos malévolos y no de los condicionantes

---

con que se supone que se identificará el auditorio. El recurso estándar que se utiliza es el de la personalización espuria de cuestiones objetivas. Los representantes de las ideas atacadas, como sucede aquí en el caso de los fascistas, son presentados como villanos en un ridículo estilo "de capa y espada", en tanto que aquellos que combaten por la "buena causa" son idealizados personalmente. Esto no sólo aleja de toda cuestión social concreta, sino que afianza la división del mundo, psicológicamente tan peligrosa, en negro (el grupo de afuera) y blanco (el grupo de adentro)" (Adorno, 1954b: 15).

sociales. Así, la serie evidencia cómo difícilmente un personaje puede ocupar una posición absoluta de bueno o malo. De esta forma, consigue cumplir con un desafío intelectual mayor que el de ilustrar conceptos mediante su personificación en personajes. *American Crime* logra mostrar cómo el antagonismo social y la dominación abstracta de las sociedades capitalistas, que en la actualidad se expresa de forma más agresiva en la competencia desregulada, la proletarización y el deterioro del garantismo estatal, genera sufrimiento en los individuos concretos, que conducen a comportamientos tendencialmente viriles, agresivos egocentristas y narcisistas, que no permiten comprender y organizarse para trascender las condiciones de su propia dominación, sino reproducirlas ampliando el daño.

## REFERENCIAS

- ADORNO, Theodor W. (1942): "Reflexiones sobre teoría de clases", *Escritos sociológicos I. Obra completa*, vol. 8, 347-364.
- ADORNO, Theodor W. (1951): *Minima moralia. Reflexiones desde la vida dañada*, *Obra completa*, vol. 4, Madrid, Akal, 2004.
- ADORNO, Theodor W. (1953): "Individuo y organización", *Obra completa*, vol. 8, Madrid: Akal, 2004, 412-426.
- ADORNO, Theodor W. (1954a): "La televisión como ideología", en *Crítica de la cultura y sociedad II. Obra completa*, 10/2, Madrid: Akal, 2009, 455-468.
- ADORNO, Theodor W. (1954b): "Televisión y cultura de masas". [Traducción disponible en: <https://www.marxists.org/espanol/adorno/1954/0001.htm>, (última consulta: 17/05/2022)]
- ADORNO, Theodor W. (1955): "El problema de la familia", *Obra completa*, vol. 20.1, Madrid: Akal, 305-312.
- ADORNO, Theodor W. (1966): "Transparencias cinematográficas", en *Archivos de la FilMOTECA revista de estudios históricos sobre la imagen*, no. 52 (2006), 130-138.
- ADORNO, Theodor W. (1966): *Dialectica negativa*, en *Obra completa*, vol. 6, Madrid: Akal, 2005.
- BOLOGNA, Sergio (2006): *Crisis de la clase media y posfordismo*, Madrid, Akal.
- BRAUNSTEIN, Dirk (2022): *Adorno's Critique of Political Economy*, Leiden/Boston: Brill.
- BRENNER, Robert; GLICK, Mark (2003): "Escuela de la regulación: Teoría e historia" en *New Left Review (NLR)*, 21, 5-90.
- BROWN, Wendy (2015): *El pueblo sin atributos. La secreta revolución del neoliberalismo*, Barcelona: Malpaso, 2016.
- CABOT, Mateu (2016): "Carácter semiformal de los medios audiovisuales. Las investigaciones empíricas de Theodor W. Adorno sobre la televisión", *Pensamiento. Revista de Investigación e Información Filosófica*, 72 (274), 1157-1174.
- CATALINA, Cristina (2021): "La herida de la integración fordista. Notas para una genealogía del darwinismo social neoliberal", J. L. Villacañas y A. Garrido (eds.): *Republicanism, nacionalismo y populismo como formas de la política contemporánea*, Madrid: Dado Ediciones.

- COOPER, Melinda (2017): *Los valores de la familia. Entre el neoliberalismo y el nuevo social-conservadurismo*, Madrid: Traficantes de sueños, 2022.
- CORCUFF, Philippe (2022): "Television Series as Critical Theories: From Current Identitarianism to Levinas. American Crime, The Sinner, Sharp Objects, Unorthodox", en *Open Philosophy*, 5, 105-117.
- DEBORD, Guy (1967): *La sociedad del espectáculo*, Valencia: Pre-textos, 2005.
- DEJOURS, Christoph (1998): *Trabajo y sufrimiento. Cuando la injusticia se hace banal*, Madrid: Modus laborandi, 2009.
- DUARTE, Rodrigo (2011): "Industria cultural 2.0", en *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, 3, 90-117.
- FERRAGINA, Emanuele (2019): "The political economy of family policy expansion", en *Review of International Political Economy*, Vol. 16 (6), 1238-1265.
- FOUCAULT, Michel (2004): *El nacimiento de la biopolítica*, Madrid: Akal, 2009.
- GANDESHA, Samir (2017): "De la personalidad autoritaria a la personalidad neoliberal", *Estudios políticos*, 41.
- HERVÁS, Marina (2011): "No la toques más, Sam. Algunas notas sobre Adorno y el cine", *Revista latente. Revista de Historia y Estética del Audiovisual*, nº 9, 107-117.
- HORKHEIMER, Max (2003): "Autoridad y familia", en *Teoría crítica. Max Horkheimer*, Madrid: Amorrortu, 76-150.
- HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor W. (1947): *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, Madrid: Trotta.
- KELLERMANN, Arne (2013): "El empleado doblemente libre. El individuo extenuado después de su hundimiento", *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, 5, 103-131.
- LAVAL, Christian y DARDOT, Pierre (2009): *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*, Barcelona: Gedisa, 2013.
- LÓPEZ ÁLVAREZ, Pablo (2011): "Ocaso del individuo, recuerdo de lo vivo. Sujeto y naturaleza en Th. W. Adorno", en J. Muñoz (ed.), *Melancolía y verdad: invitación a la lectura de Th. W. Adorno*, 33-70.
- MAISO, Jordi (2004): "La inmediatez quebrada. El cine como escritura audiovisual, de Kluge a Haneke: una tradición adorniana", en *Brumaria*, n. 4, 1-12.
- MAISO, Jordi (2018): "Industria cultural. Génesis y actualidad de un concepto crítico", en *Escritura e Imagen*, 14, 133-149.
- MAISO, Jordi (2021): "El centro ausente. La crítica de la economía política en Theodor W. Adorno", J. L. Villacañas, R. Navarrete y C. Basili (eds.): *Arcana del pensamiento del siglo XX*, Barcelona, Herder, 111-141.
- MAISO, Jordi y VIEJO, Breixo (2006): "Imágenes en negativo. Notas introductorias a "Traspaseos cinematográficos" de Theodor W. Adorno", en *Archivos de la filmoteca: revista de estudios históricos sobre la imagen*, Nº 52, 22-129.
- MARKUS, Gydrgy. (1991): "Concepts of ideology in Marx", en *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Vol. 15 No. 1-3, 87-106.
- MARX, Karl (1867): *El capital. Crítica de la economía política. Libro primero*, Madrid: Siglo XXI, 2017.
- MARX, Karl (1894): *El capital. Crítica de la economía política. Libro tercero*. Madrid: Siglo XXI, 2017.
- PRESTIFILIPPO, Agustín Lucas (2019): "No cabe la vida justa en el mundo falso. Ética y política en Adorno", *Daimon. Revista Internacional de Filosofía*, nº 77, 21-36.

- PRUSIK, Charles (2020): *Adorno and Neoliberalism. The Critique of Exchange Society*, Londres: Bloomsbury.
- SAMOL, Peter (2019): “El narcisismo como norma La deformación psíquica en la sociedad capitalista tardía”, *Widerspruch. Beiträge zur sozialistischen Politik*, nº 73 [traducción disponible en: <https://www.krisis.org/2020/el-narcismo-como-norma/> (última consulta: 28/06/2022)]
- SCHOLZ, Roswitha (2008): “O ser-se supérfluo e a 'angústia da classe média'. O fenómeno da exclusão e a estratificação social no capitalismo”, en *Exit. Krise und Kritik der Warengesellschaft*, 5, [traducción disponible en: [http://www.obeco-online.org/roswitha\\_scholz8.htm](http://www.obeco-online.org/roswitha_scholz8.htm) (última consulta: 12/07/2020)].
- SCHOLZ, Roswitha (2013): “El patriarcado productor de mercancías. Tesis sobre capitalismo y relaciones de género”, en *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, 5, 44-60.
- SEMBLER, Camilo (2020): “La familia en la Teoría Crítica: Dominación y utopía”, en *Stoa. Revista del Instituto de Filosofía*, Vol.11, no.22, 123-140.
- ZAMORA, José Antonio (2003): “Th. W. Adorno y la aniquilación del individuo”, en *Isegoría*, 28, 231-143.
- ZAMORA, José Antonio (2013): “Subjetivación del trabajo: dominación capitalista y sufrimiento”, en *Constelaciones. Revista De Teoría Crítica*, 5, 151-169.
- ZAMORA, José Antonio (2016): “La crisis del Estado social: ¿disolución del vínculo social?”, en 2016. *Análisis y perspectivas. Expulsión social y recuperación económica*, Madrid, Fundación Foessa, 39-47.
- ZAMORA, José Antonio (2018): “Individuo y sociedad en Th. W. Adorno: tensiones y mediaciones entre teoría de la sociedad y psicoanálisis”, en *Veritas*, v. 63, n. 3, 998-1028
- ZAMORA, José Antonio (2019): “De los extremos al centro: Clases medias, 'normalidad democrática' y populismo autoritario”, en *Iglesia viva*, nº 278, 79-88.
- ZARETSKY, Eli (1976): *Familia y vida personal en la sociedad capitalista*, Barcelona: Anagrama, 1978.