

UNIDIMENSIONALIDAD EN EL SIGLO XXI: RACIONALIDAD TECNOCAPITALISTA, INDUSTRIA CULTURAL DIGITAL Y POSTMODERNIDAD DE PLATAFORMAS*

*21st Century One-Dimensionality: Big-Technological Rationality, Digital
Culture Industry, and Platform Postmodernity*

BRUNA DELLA TORRE**

bruna.dellatorre@uni-heidelberg.de

Comenzaré este ensayo con una anécdota que contó Fredric Jameson cuando realizaba una parte de mi doctorado en la Universidad de Duke. Durante las décadas de 1950 y 1960, Herbert Marcuse se encontraba en California, donde enseñaba en la misma universidad en la que Jameson desarrolló una parte de su carrera. Era el momento álgido del macartismo, y Marcuse era un discreto inmigrante que había colaborado con el gobierno estadounidense en las labores vinculadas a la lucha contra el nazismo durante la década de 1940 y que había quedado, por así decirlo, “rezagado” cuando el Instituto de Investigación Social regresó a Alemania. Un día le hicieron una entrevista en televisión en la que habló libremente sobre su obra y su diagnóstico del capitalismo estadounidense. Tras ver la entrevista –que fue todo un acontecimiento en un clima político reaccionario–, el decano de la universidad quedó atónito y, según el relato de Jameson, se dio cuenta de que aquel profesor era, después de todo, ¡un comunista! A partir de entonces, Marcuse sería uno de los autores más influyentes de la Nueva Izquierda estadounidense. Su arraigo en el país fue tan profundo que el nombre de Marcuse figura aún hoy como el de un sociólogo estadounidense en el Museo Karl Marx de Tréveris, la ciudad donde nació el primer teórico crítico. Este es solo uno de los innumerables errores del Partido Socialdemócrata Alemán (SPD) que gestiona la institución. Este país sigue desterrando en su recuerdo a uno de sus intelectuales más distinguidos.

* Este texto se publicó originalmente en inglés en *The Marcusean Mind*, editado por Eduardo Altheman C. Santos, Jina Fast, Nicole K. Mayberry y Sid Simpson, Londres: Routledge, 2024. Agradecemos a los editores y a la editorial el permiso para publicar la traducción al español.

** Käte Hamburger Centre for Apocalyptic and Post-Apocalyptic Studies (CAPAS).

En 2024, *El hombre unidimensional* cumplió sesenta años. El impacto de las reflexiones de Marcuse en Estados Unidos fue inmenso. Fue él quien supo captar la esencia del capitalismo de aquel momento: como ha subrayado Nancy Fraser en una entrevista reciente, nadie analizó de modo tan certero el modo en que se entrelazan el sueño y la pesadilla del *American way of life*. Como muchas personas de su generación, Fraser señalaba que leer a Marcuse era como ver finalmente teorizada la historia de su propia familia en los suburbios durante las décadas de 1950 y 1960, con todas las esperanzas que vehiculaba el consumismo (Fraser, 2023: 19). Como cabría esperar de teorías tan estrechamente vinculadas a su contexto histórico, muchos aspectos del libro de Marcuse han quedado obsoletos. No obstante, lo que quisiera analizar aquí no es lo que el tiempo ha anulado, sino la vigencia de lo que sigue a la altura de los desafíos analíticos impuestos por nuestro momento histórico. Este ensayo se propone movilizar los conceptos marcusianos de “racionalidad tecnológica” y “unidimensionalidad”, el concepto de “industria cultural” de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, así como la teoría de la “postmodernidad” de Jameson, con el fin de abordar críticamente una parte del debate actual sobre el capitalismo digital de plataformas y el tecno-feudalismo. Mi objetivo es, al mismo tiempo, actualizar estos conceptos de la Escuela de Frankfurt y sostener que siguen siendo las herramientas críticas más adecuadas para comprender las mutaciones actuales del capitalismo¹.

1 INTRODUCCIÓN

Estas transformaciones están vinculadas a la configuración más reciente del capitalismo monopolista, que ha sido abordada desde distintas perspectivas. Autores como Cédric Durand (2018), Yanis Varoufakis (2023) y Jodi Dean (2020) sostienen –cada cual a su manera– que vivimos un momento de cambio fundamental en el capitalismo, hasta el punto de justificar incluso un desplazamiento terminológico hacia la expresión “tecno-feudalismo”. Con ella se designa un nuevo proceso de asedio de los mercados –incluido el mercado de trabajo– por parte de las empresas tecnológicas, que han eliminado, a su vez, la competencia que caracteriza al capitalismo. En general, estas teorías buscan mostrar cómo las llamadas Big Tech obligan a las empresas comerciales (pero también a los medios de comunicación tradicionales) a ingresar

¹ Este planteamiento forma parte de mi proyecto posdoctoral, desarrollado en el Instituto de Investigación Social (con una beca de la Fundación Otto Brenner), en el Käte Hamburger Centre for Apocalyptic and Postapocalyptic Studies y en la Universidad Estatal de Campinas (beca FAPESP), centrado en las derivas políticas del concepto de industria cultural, analizadas a través de la propaganda bolsonarista en las redes sociales.

en sus espacios virtuales para poder acceder a los consumidores, debido a su relación inmanente con la publicidad. Según Jodi Dean (2020: 2), el mismo proceso afecta al trabajo: la clase trabajadora se ve igualmente forzada a entrar en espacios virtuales controlados para encontrar empleo, una realidad que se ve confirmada por la omnipresencia de las plataformas laborales en el Sur global. Estos “cercamientos en la nube” (Varoufakis, 2023: 58) serían análogos a los que se produjeron en los inicios del capitalismo industrial, expropiando a la clase trabajadora –y ahora incluso a una parte del capital– de sus medios de subsistencia. Esto implica que esta nueva tecnología digital, más avanzada, fomentaría una serie de nuevas formas de explotación y expropiación que, de algún modo, reactivaría la dialéctica entre lo más avanzado y lo más arcaico que caracteriza al capitalismo: la generalización de la forma valor iría de la mano de la persistencia y la intensificación de la acumulación originaria en sus formas más violentas. Otros autores, como Nick Srnicek (2017) y Joseph Vogl (2021), hablan de “capitalismo de plataformas”, una suerte de mutación del capitalismo monopolista marcado por la digitalización y la financiarización que socava las soberanías nacionales e introduce una transformación sin precedentes de las formas de producción, circulación y distribución de mercancías, capital y plusvalor. De este proceso emerge una nueva forma de gobernanza algorítmica que se intensificará con la irrupción de la inteligencia artificial. En este sentido cabría destacar el enfrentamiento de Mark Zuckerberg con la Unión Europea en 2023 a propósito de la regulación de los datos de privacidad. En la actualidad, una sola empresa puede enfrentarse a todo un bloque continental en el centro del capitalismo, e incluso interferir en sus competencias, y la mayoría no ve aquí nada extraordinario. La relación entre sociedad y Estado se ha transformado por completo con estos nuevos *rackets* digitales. Otros autores, de orientación más optimista, buscan una posibilidad de transformación social a través de las nuevas tecnologías, apostando por su dialéctica: Evgeny Morozov (2019) defiende un “socialismo digital” que colaboraría con una planificación económica socialista, y Trebor Scholz propone el “cooperativismo de plataformas” (2016) como sustitución del carácter explotador de estas. De un modo u otro, todos estos autores se centran en cuestiones vinculadas al capital y al trabajo, pero tienden a infravalorar los efectos políticos e ideológicos de la nueva infraestructura digital.

Resulta llamativo que muy pocos autores estén movilizando la teoría crítica para analizar estos fenómenos. Por diversas razones, la teoría crítica había identificado ya desde la década de 1930 que la cultura era un lugar privilegiado tanto de resistencia

como de reproducción del capitalismo. Más allá de las acusaciones –en ocasiones justificadas– de elitismo, eurocentrismo, machismo y racismo que ha recibido esta tradición, ésta aún tiene una contribución fundamental que ofrecer al situar los medios –la cultura en tanto que medio– en el centro de la interpretación del surgimiento del fascismo y de la perpetuación del capitalismo monopolista. En otras palabras, la cultura ya no es únicamente un conjunto de obras de arte, prácticas comunicativas e imaginativas o bienes culturales. La idea de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer de que “la industria cultural es un sistema” (2002: 94), un monopolio que es al mismo tiempo infraestructura y superestructura en el capitalismo; la idea formulada posteriormente por Fredric Jameson de que la cultura ha sustituido a la infraestructura en la posmodernidad (1991: XIX); y el concepto marcusiano de racionalidad tecnológica constituyen vías alternativas para investigar la relación entre cultura, capital y tecnología, y para comprender cómo esta relación se vuelve cada vez más central para la comprensión de este sistema. Este impulso parece estar ausente en el debate contemporáneo. En este sentido, *El posmodernismo, o la lógica cultural del capitalismo tardío* puede entenderse como una actualización de la teoría de la unidimensionalidad, especialmente si pensamos que Jameson trata de captar las transformaciones producidas, por ejemplo, por el vídeo y el ordenador personal, y de mostrar que esta nueva infraestructura engendra una abolición del tiempo (y, en consecuencia, de la memoria y de la historia) y, por tanto, bloquea cualquier posibilidad de trascendencia. En este contexto, resulta pertinente recuperar algunas ideas de Marcuse, en diálogo con Adorno, Horkheimer y Jameson, para plantear una serie de consideraciones en torno a los problemas antes mencionados.

2 ¿IDEOLOGÍA ALGORÍTMICA? LA RACIONALIDAD TECNOCAPITALISTA

La racionalidad tecnológica es un *topos* constante en la obra de Marcuse, un concepto controvertido que, en *El hombre unidimensional*, busca desarrollar un aspecto ya presente en Marx. Más allá de las reflexiones de los *Grundrisse* en torno al “más allá de la gran industria” (Marx, 1973: 325), la tecnología no ocupa un lugar central entre los temas de Marx, aunque su obra contiene una serie de reflexiones relevantes al respecto. Aparece ya en sus escritos tempranos, en el par fuerzas productivas/relaciones de producción, así como en la teorización del capitalismo como un sistema que depende de la innovación tecnológica para sobrevivir –basta recordar la

conocida formulación del Manifiesto Comunista: “la burguesía no puede existir sin revolucionar constantemente los medios de producción” (Marx, 1988: 212). Dicho de otro modo, el capitalismo es un sistema que solo puede conservarse a través de la expansión permanente. En *El capital*, Marx aborda asimismo el tránsito de la manufactura a la gran industria y analiza la tecnología incorporada a las máquinas a través de la dialéctica entre trabajo muerto y trabajo vivo. La célebre metáfora del vampiro (Marx, 1992: 367) está precisamente vinculada al modo en que el trabajo muerto consume trabajo vivo y, en consecuencia, a la centralidad que adquiere la tecnología en este proceso. A partir de estas reflexiones, Marcuse amplía la teoría marxiana al sostener que, dado que la sociedad capitalista es también una sociedad tecnológica, las técnicas de industrialización impregnadas de racionalidad tecnológica constituyen asimismo formas de racionalidad política. En palabras de Marcuse,

“Frente a los rasgos totalitarios de esta sociedad, la noción tradicional de la “neutralidad” de la tecnología ya no puede sostenerse. La tecnología como tal no puede aislarse del uso que se hace de ella; la sociedad tecnológica es un sistema de dominación que opera ya en el propio concepto y en la construcción de las técnicas.” (Marcuse, 2002: XVI)

En este punto, Marcuse va más allá del concepto weberiano de “racionalidad instrumental”, que Adorno y Horkheimer (2002) movilizan en *Dialéctica de la Ilustración*, y opta por la noción de “racionalidad tecnológica”, que resulta especialmente fecunda para pensar los problemas actuales, sobre todo en un contexto en el que la irrupción de la inteligencia artificial vuelve este concepto casi literal y refuerza el componente ideológico del aparato tecnológico. El diagnóstico de Marcuse se apoya en el debate sobre el capitalismo monopolista desarrollado en el Instituto de Investigación Social en la década de 1940. Los autores de la Escuela de Frankfurt analizaron, entre otras cuestiones, la relación entre Estado y sociedad y las formas monopolistas de dominación. En este marco, la racionalidad tecnológica desempeña un papel fundamental en las consideraciones de Marcuse. La dominación monopolista se transforma en administración a través de la racionalidad tecnológica, que se disfraza de abundancia y acaba devorando tanto la esfera pública como la privada. Aunque la dominación burguesa sigue tan activa como siempre, deja de ser identificable para la percepción inmediata. Como muestra Marcuse, todavía en un período de mayor igualdad social debido al Estado del bienestar pero ya anticipando desarrollos futuros, las formas predominantes de control social adquieren un nuevo carácter tecnológico: “en el período contemporáneo, los controles tecnológicos aparecen como la

encarnación misma de la Razón en beneficio de todos los grupos e intereses sociales, hasta el punto de que toda contradicción parece irracional y toda acción en su contra, imposible” (Marcuse, 2002: 12).

Marcuse habló de un “velo tecnológico que oculta la reproducción de la desigualdad” (Marcuse, 2002: 12). La –problemática– tesis de la integración del proletariado a través del consumo de mercancías cobra mayor sentido cuando la cuestión se aborda desde la racionalidad tecnológica, que se presenta a sí misma como neutral, como algo situado por debajo de la política, y que engendra pensamientos y comportamientos unidimensionales, es decir, carentes de negatividad. La racionalidad tecnológica se impone como la única racionalidad posible:

“Vivimos y morimos de manera racional y productiva. Sabemos que la destrucción es el precio del progreso, así como la muerte es el precio de la vida; que la renuncia y el esfuerzo son los prerequisites de la gratificación y la alegría; que los negocios deben continuar y que las alternativas son utópicas. Esta ideología pertenece al aparato social establecido; es un requisito de su funcionamiento continuo y forma parte de su propia racionalidad.” (Marcuse, 2002: 149).

En el siglo XIX, la dominación directa de la burguesía sobre el proletariado –esto es, la distancia visible entre una clase y otra– dio inicio a una tendencia (vinculada a la monopolización y a la concentración de ingresos, que hoy se disparan) que en la actualidad se encuentra plenamente desarrollada: la dominación ya no se identifica con una clase específica, sino que se encuentra mediada por la tecnología. Esto resulta evidente en las plataformas laborales contemporáneas, especialmente en el Sur global, pero también en las redes sociales, que concentran los espacios y las formas actuales del debate en manos de unas pocas grandes empresas que los poseen y controlan, lo que muchos consideran una nueva “esfera pública”. Mientras destruyen la Tierra, hoy las clases dominantes planean trasladarse a otro planeta y desaparecer de la vista. Sin embargo, no necesitan ir tan lejos para ocultarse, ya que su dominación se encuentra velada tras la racionalidad tecnológica. La dominación se esconde tras consorcios corporativos, empresas cotizadas en bolsa y grupos empresariales propietarios de plataformas (véase Altheman, 2022). Al considerar únicamente el aspecto tecnológico –y no la racionalidad tecnológica–, autores como Varoufakis (2023) y Durand (2020) se inclinan por un diagnóstico de tecno-feudalismo, como si el capitalismo digital de plataformas no fuera una variación del capitalismo monopolista. Al hacerlo, se adhieren en parte a la ideología de las Big Tech. El propio nombre resulta revelador: estas empresas inscriben su carácter monopolista en su propio

nombre, dando a entender que son demasiado grandes para caer o para que se les pueda ofrecer resistencia. En este escenario, las palabras de Marcuse adquieren mayor fuerza aún: “la negativa intelectual y emocional a “seguir el juego” [bajo la hegemonía tecnocapitalista] aparece como neurótica e impotente” (Marcuse, 2002: 13). El concepto marcusiano de racionalidad tecnológica resulta fundamental para comprender cómo, aun cuando se trata de un elemento central de su teoría, Marx nunca definió el capitalismo por el mercado –hoy cercado por el “capital en la nube”, según Varoufakis (2023: 58)– ni por la tecnología; y también para entender cómo esta nueva hegemonía tecnológica constituye una forma de ideología con efectos políticos de proporciones colosales².

3 EL NUEVO PARTIDO DE MASAS: INDUSTRIA CULTURAL DIGITAL Y NEOFASCISMO

A pesar de las innumerables diferencias entre Marcuse y Adorno, puede sostenerse que, si hay un ámbito en el que convergen, ese es el de la llamada cultura de masas o, como prefería Adorno, la industria cultural. El concepto de “racionalidad tecnológica” –que apunta al núcleo político de la sociedad capitalista– y la idea de unidimensionalidad, estrechamente vinculada a los efectos políticos de la producción y el consumo de masas, pueden ponerse en relación con el de “industria cultural” en sus consecuencias políticas más nefastas. En palabras de Marcuse, notablemente próximas a las de Adorno, “lo que está ocurriendo ahora no es la degradación de la alta cultura en cultura de masas, sino la refutación de esta cultura por la realidad” (Marcuse, 2002: 60).

Más allá de los procesos de expropiación de la subjetividad a través de la racionalidad tecnológica, que vuelve a los individuos menos capaces de pensar críticamente de forma autónoma, resulta llamativo que durante tanto tiempo el concepto de “industria cultural” haya sido entendido únicamente como una teoría del arte bajo el capitalismo tardío, cuando el ensayo que funda el concepto forma parte de un libro – *Dialéctica de la Ilustración*– cuyo objetivo central es la reflexión sobre el fascismo. Algo similar ocurre con el concepto de unidimensionalidad, orientado a pensar posibles derivas neofascistas. Los aspectos políticos de la teoría de la industria cultural

² Varoufakis (2023: 120) afirma que “los dos grandes pilares del capitalismo –el beneficio y el mercado– están siendo sustituidos [por los *cloudalistas*]”. Aunque la crisis del beneficio no es una cuestión menor –todas estas grandes empresas tecnológicas son rara vez rentables–, Marx nunca definió el capitalismo ni por la competencia ni por el mercado.

han estado –y siguen estando– ampliamente subestimados por la crítica, a pesar de que Adorno y Horkheimer reflexionaron sobre la posibilidad de que esta pudiera reemplazar al partido de masas en la construcción del fascismo y, tal y como sostengo, del neofascismo (Adorno y Horkheimer, 2002: 129).

A finales de la década de 1920, la radio había sido un elemento central en el ascenso del nazismo, y el cine constituyó a su vez una pieza fundamental de su propaganda³. Ya en 1944, Adorno y Horkheimer afirmaban que la industria cultural adopta la forma engañosa de una autoridad desinteresada e imparcial, que se ajusta al fascismo como un guante. “En el fascismo, la radio se convierte en el portavoz universal del Führer; en los altavoces de las calles, su voz se funde con el aullido de las sirenas que anuncian el pánico, del que, en cualquier caso, resulta difícil distinguir la propaganda moderna. Los nacionalsocialistas sabían que la radiodifusión confería a su causa una autoridad comparable a la que la imprenta había otorgado a la Reforma” (Adorno y Horkheimer, 2002: 129). La política se transforma entonces en un bien de consumo más. La industria cultural es, al mismo tiempo, infraestructura y superestructura, en la medida en que fusiona cultura y publicidad tanto desde un punto de vista económico como técnico: “la técnica se convierte en psicotécnica, un procedimiento para la manipulación de los seres humanos” (Adorno y Horkheimer, 2002: 133).

La fusión entre estos dos aspectos tiene efectos políticos inmediatos, vinculados a la forma de la industria cultural:

“Algún día, el *diktat* de la producción, el anuncio publicitario específico, velado bajo la apariencia de la elección, puede convertirse finalmente en la orden abierta del Führer. En una sociedad de grandes rackets fascistas que acuerdan entre sí qué parte del producto nacional debe destinarse a satisfacer las necesidades del pueblo, invitar a la población a utilizar un determinado detergente acabaría pareciendo anacrónico. En un estilo más moderno y menos ceremonioso, el Führer

³ Como subraya Peter Gay, “Alfred Hugenberg, destacado miembro del ala derecha del derechista Partido Nacional Alemán, un magnate irremediamente reaccionario y políticamente ambicioso, construyó un imperio en la industria de la comunicación y se convirtió en la voz estridente y enormemente influyente de la contrarrevolución. Se decía que los oficiales leían únicamente su prensa. Hugenberg había logrado acumular decenas de periódicos en todo el país, adquirió el popular diario berlinés *Berliner Lokalanzeiger*, era propietario de una agencia de noticias que difundía la consigna –su consigna– entre sus numerosos suscriptores y, en 1927, se hizo con la UFA en quiebra, convirtiéndola en el mayor fabricante de ensoñaciones del país” (Gay 2001: 168–169). Conviene recordar asimismo el papel desempeñado en años posteriores por Joseph Goebbels y Leni Riefenstahl en el ámbito cinematográfico.

ordena directamente tanto el holocausto como el suministro de basura”. (Adorno y Horkheimer, 2002: 129)

Por otra parte, como afirmaba Marcuse en *El hombre unidimensional*, “¿puede realmente distinguirse entre los medios de comunicación de masas como instrumentos de información y entretenimiento y como agentes de manipulación y adoctrinamiento?” (Marcuse, 2002: 11). Asimismo, Adorno y Horkheimer asocian los procesos por los que las masas se identifican con las estrellas de cine y con los líderes autoritarios. Los modelos de individuación que antes venían de la familia y de la vida pública ahora los ofrece la industria cultural en un flujo continuo que va de la radio a la televisión, de las revistas al deporte, y así sucesivamente⁴. Con este diagnóstico, los autores señalaban una tendencia que se haría evidente décadas más tarde con el ascenso de actores famosos a posiciones políticas relevantes (como Ronald Reagan, Arnold Schwarzenegger o Donald Trump) y que hoy ha estallado con las redes sociales, cuya lógica ha invadido la política hasta el punto de definir elecciones en todo el mundo, tal como puso de manifiesto el escándalo de Cambridge Analytica.

En una conferencia de 1967, publicada en 2019 con el título *Aspectos del nuevo radicalismo de derechas*, Adorno amplía el diagnóstico formulado en *Dialéctica de la Ilustración* y sugiere que la industria cultural puede llegar a sustituir al partido de masas en términos organizativos. Como he tratado de subrayar, esta idea ya estaba presente en el ensayo de 1944, en la medida en que los autores afirmaban: “El fascismo, sin embargo, espera reorganizar a los receptores de dones [esto es, el público], formados por la industria cultural, en partidarios forzosos” (Adorno y Horkheimer, 2002: 131). Ante el auge de una nueva derecha en Alemania –el NPD (Nationaldemokratische Partei Deutschlands), fundado en 1964, una de las fuerzas neonazis más significativas desde el final de la guerra–, Adorno profundiza en este aspecto del análisis. Según él, el NPD retomaba una táctica nazi frecuentemente empleada por Goebbels: criticar a los demás partidos como “partidos del sistema” y presentarse como un movimiento situado más allá de cualquier sectarismo partidista. El secreto de esta táctica residiría en la nueva escala que adquiere esta propaganda al movilizar

⁴ La noción de sistema resuena con lo que Raymond Williams denominó *streaming* para referirse a la televisión (Williams 2003: X), algo que en los últimos años se ha intensificado de forma exponencial con las “plataformas de *streaming*”. La exposición constante al aparato tiene una dimensión tanto cuantitativa como cualitativa en la estructura de la atención. Los trabajos recientes de Byung-Chul Han muestran cómo la exposición permanente a las pantallas y a las redes sociales, junto con las actuales exigencias de rendimiento y las métricas de desempeño vinculadas a la fusión de trabajo y juego en el capitalismo de plataformas, está aniquilando la estructura de la atención, además de provocar lo que él denomina “infartos psíquicos”, de modo que el “síndrome de *burnout*” se presenta como una patología psíquica profundamente social (Han 2015: 6).

la técnica de “arrastre” (Adorno, 2019: 22), basada en la idea de que las personas, en un movimiento típicamente gregario, tienden a apoyar aquello a lo que se adhiere la mayoría. De este modo, el partido se presentaba como si ya contara con un fuerte respaldo popular (conviene subrayar hasta qué punto el capitalismo digital, con sus bots y su lógica algorítmica, facilita hoy este tipo de propaganda). A través de la propaganda en medios como la televisión, se simulaba un “movimiento” alejado de la forma tradicional del “partido” y aparentemente espontáneo, distanciado de los intereses políticos y económicos que guían la *Realpolitik*. Por ello, en esta conferencia Adorno afirma explícitamente que la industria cultural puede cumplir la función organizativa que anteriormente estaba reservada a los partidos de masas (Adorno, 2019: 21).

Se trata de un rasgo evidente del capitalismo contemporáneo. Por un lado, la creciente distancia entre las clases lleva a que la revuelta y la frustración frente a las injusticias, la precariedad y el sufrimiento que esta sociedad produce aparezcan cada vez más desprovistas de un objeto, como algo flotando en el aire, y pueden ser así fácilmente capturadas por la extrema derecha, que hoy, a través de las redes sociales, las redirige mediante lo que Adorno denominó “personalización” (Adorno et al., 1950: 663). En otras palabras, la extrema derecha transforma una ira orientada por el resentimiento –que podría ser productiva para la transformación social– en una dirección determinada, señalando uno o varios chivos expiatorios: mujeres, inmigrantes, izquierdistas, colectivos LGBTQIA+, etc. Las palabras de Marcuse describen nuestra realidad digital como si estuviera hablando de las redes sociales de hoy:

“Esta liberación de la agresividad libera las pulsiones instintivas de gran parte de la infelicidad y del descontento que ponen de manifiesto el poder represivo del universo establecido de la satisfacción. Esta infelicidad se presta a la movilización política; sin espacio para un desarrollo consciente, puede convertirse en el reservorio instintivo de una nueva forma fascista de vida y de muerte.” (Marcuse, 2002: 79)

Por otro lado, con la irrupción de las plataformas digitales, en particular de las redes sociales, este velo tecnológico se vuelve aún más denso e integra al aparato, sus productos y los consumidores. No es casual que la publicidad inmanente a estas formas se convierta en una forma de vida: no se trata de una novedad surgida con las Big Tech, pero con ellas adquiere una escala distinta. La fusión entre publicidad, cultura y aparato tecnológico puede vincularse al surgimiento de la radio y fue teorizada en los conceptos de industria cultural y unidimensionalidad. En cierto sentido,

la racionalidad tecnológica tiene que ver con una forma de ideología que vuelve opacas estas conexiones y produce –como señala Marcuse– no una introyección ni una adaptación, sino una mimesis: una identificación total con el aparato y con la sociedad que lo produce (2002: 12). Hoy, este aparato aparece como aún más democrático. Todo el mundo puede contribuir como productor de contenidos y cualquiera que disponga de un smartphone y acceso a internet puede convertirse en consumidor. Sin embargo, esta tecnología ya no está al servicio de la mejora del nivel de vida de la mayor parte de la población, sino del incremento de la explotación y de la expansión de formas de extracción de trabajo no remunerado. En este sentido, el trabajo de Kylie Jarrett sobre *The Digital Housewife* (2016) resulta fundamental para comprender cómo las plataformas se alimentan del trabajo no pagado de sus usuarios, llegando incluso a constituir una nueva cara de la reproducción social contemporánea.

Como afirmaba Marcuse, la realidad absorbe la ideología y la “falsa conciencia es incorporada por el aparato técnico dominante” (Marcuse, 2002: 149). Hoy, la racionalidad tecnológica elude las preocupaciones en torno al autoritarismo, históricamente vinculado al Estado (nunca al mercado, sinónimo de libertad dentro de la ideología capitalista). Sin embargo, ningún Estado ha conocido jamás a sus ciudadanos como las redes sociales conocen hoy a sus usuarios: hasta los rincones más íntimos de su ser. Quiénes son, qué les gusta, adónde van, cómo votan, a qué hora duermen y cuándo se despiertan (véase Zuboff, 2019). Más que un Estado autoritario, estas redes, a través de los smartphones y de su omnipresencia, aniquilan espacios y modos de resistencia como la soledad, un ámbito que –como subraya Marcuse– siempre ha sido fundamental para la reflexión y el pensamiento negativo. “La soledad”, afirma, “que era la condición misma que sostenía al individuo frente a la sociedad y más allá de ella, se ha vuelto técnicamente imposible” (Marcuse, 2002: 74). Mediante inyecciones de dopamina, las redes sociales actualizan aquello que Marcuse denominó “euforia en la infelicidad”. Hoy la neurociencia da la razón a la teoría crítica.

Sin embargo, nada de esto es verdaderamente nuevo. Lo que debemos afrontar es la relación entre la racionalidad tecnológica y la unidimensionalidad contemporánea vinculada a una nueva posmodernidad de plataformas. Esta última está asociada con las ideas de Marcuse sobre la desaparición de la oposición, de las formas de trascendencia y de la negación de la realidad dada: algo que el arte había protegido y que la industria cultural destruyó bajo el pretexto de la democratización, la cual, más

que igualdad, produce sumisión y adaptación. La unidimensionalidad es lo contrario del pensamiento dialéctico; consiste en conformarse con lo que existe.

4 POSTMODERNIDAD DE PLATAFORMAS: HACIA UNA NUEVA UNIDIMENSIONALIDAD

Los conceptos de industria cultural o de unidimensionalidad reaparecieron en la década de 1980 con toda su fuerza crítica en los escritos de Fredric Jameson. En el marco de los diagnósticos sobre la transición del fordismo a un régimen de acumulación flexible, Jameson dio a la unidimensionalidad y a la industria cultural estadounidenses un nuevo nombre: postmodernidad, y las dotó así de un nuevo impulso crítico. En *Postmodernismo, o la lógica cultural del capitalismo tardío*, Jameson afirma que “toda teoría sofisticada de lo postmoderno debería mantener con el viejo concepto de “industria cultural” de Horkheimer y Adorno una relación similar a la que mantienen MTV o la publicidad fractal con las series de televisión de los años cincuenta” (Jameson, 1991: X). En otras palabras, se trata de una continuación ampliada de fenómenos antiguos, que alcanza un nuevo punto culminante con el capitalismo digital contemporáneo.

Conviene subrayar que, para la teoría crítica, la experiencia –que implica un aspecto fundamental de la subjetividad– está histórica y directamente vinculada a los modos de producción de la sociedad. Se trata, por tanto, de cómo aprehendemos el mundo desde esta perspectiva que combina lo subjetivo y lo objetivo. El tiempo y el espacio son, en este sentido, categorías fundamentales. Al analizar la industria cultural, Adorno y Horkheimer sostienen que el esquematismo kantiano –aquel que organizaba el carácter preformado de las sensaciones mediante conceptos puros del entendimiento como “sustancia”, “causalidad”, “necesidad” o “posibilidad”– se veía sustituido por los estándares repetitivos y rígidos de la industria cultural: “provee el esquematismo como su primer servicio al consumidor. [...] Para el consumidor ya no queda nada que clasificar, pues la clasificación ha sido previamente usurpada por el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer, 2002: 98). Esta es una forma compleja de expresar que, en cierto modo, la industria cultural, como forma de racionalidad tecnológica, “piensa por nosotros”, al proporcionarnos los estereotipos desde los cuales vemos el mundo, del mismo modo que hoy nuestros teléfonos inteligentes recuerdan por nosotros, por ejemplo, cuándo tomamos fotografías durante un viaje y las almacenan en un dispositivo como si se tratara de un sustituto de

la memoria. Si nuestro tiempo se divide entre trabajo y ocio –ambos sometidos a los ritmos y las formas del capital–, nuestra experiencia queda enteramente organizada por él. En la actualidad, con la racionalidad algorítmica, este proceso se encuentra aún más automatizado. Todo lo que vemos está definido por alguna tecnología. Además de destruir la autonomía reflexiva individual, necesaria para la negación y la crítica de la sociedad, la racionalidad tecnológica de la industria cultural, al ofrecer siempre variaciones de los mismos productos, daña la memoria –que depende del carácter cualitativo del tiempo para perdurar– y, con ello, socava la historicidad.

Jameson profundiza en esta tesis hasta el punto de afirmar que lo que caracteriza la transición del modernismo a la postmodernidad es el solapamiento casi total del espacio por el tiempo en el ámbito de la experiencia. Desde las transformaciones arquitectónicas de la Bauhaus y de los edificios de Le Corbusier, hasta el Hotel Bonaventure de Los Ángeles, construido por John Portman –paradigma del edificio posmoderno de superficies espejadas que expulsa la ciudad fuera de sí en su deseo de sustituirla, de dimensiones gigantescas y en el que la gente se pierde–, Jameson sugiere que el declive de la experiencia da un nuevo salto:

“Propongo la noción de que nos encontramos aquí ante algo así como una mutación del propio espacio construido. Eso implica que nosotros mismos, los sujetos humanos que nos adentramos en este nuevo espacio, no vamos al ritmo de esa evolución; se ha producido una mutación en el objeto que todavía no se ha visto acompañada de ninguna mutación equivalente en el sujeto. Aún no disponemos de un aparato perceptivo capaz de corresponderse con este nuevo hiperespacio, como lo llamaré, en parte porque nuestros hábitos perceptivos se formaron en un tipo de espacio más antiguo, al que he denominado el espacio del alto modernismo. La arquitectura más reciente –al igual que muchos de los otros productos culturales que he evocado en las observaciones precedentes– se presenta como una especie de imperativo a hacernos crecer nuevos órganos, a expandir nuestro sensorium y nuestro cuerpo hacia dimensiones nuevas, todavía inimaginables y quizá, en último término, imposibles.” (Jameson, 1991: 37–38)

Jameson vincula este “hiperespacio” con una pérdida de la capacidad narrativa. Para él, el espacio modernista –el recorrido o el movimiento en el interior de un edificio, por ejemplo, concebidos en estos términos– era todavía capaz de narración, es decir, de articular tiempo y espacio. Jameson traslada a la arquitectura algo que también se aplica a la novela modernista, articulada en torno a una narración del tiempo, cuyo paradigma es Marcel Proust y la manera en que presenta el espacio

(Combray, Balbec, París) –la objetividad– a través del transcurrir del tiempo subjetivo, esto es, narrativo. En este sentido, la posmodernidad consiste en una pérdida de esa capacidad narrativa y, por tanto, de la experiencia, al situarnos en una suerte de centro comercial existencial en el que no sabemos si es de día o de noche, dónde está la salida, cuánto tiempo hemos permanecido dentro, y así sucesivamente. Se trata de un espacio irrepresentable en el ámbito de la conciencia (aunque no incognoscible, pues su interpretación insiste en que el marxismo es capaz de reconstruir las condiciones de su emergencia). Sin embargo, esta experiencia del espacio no estaría presente únicamente cuando entramos en estos lugares, sino que funcionaría como un modelo a través del cual experimentamos el mundo. Jameson introduce aquí un tema fundamental para el análisis del capitalismo de plataformas en la era digital, en la que el “metaverso”, como nuevo modelo de espacio digital, se ha desvinculado aún más del espacio “real”. Si, en el modelo de la sociedad como centro comercial, la espacialización aniquila la noción de tiempo y produce otra noción de temporalidad, en el mundo digital la temporalidad desaparece en lo esencial.

Por último, una tesis más sobre la fase contemporánea de la gran racionalidad tecnológica, que acentúa todos los rasgos destacados en los puntos anteriores. La fusión de cultura y publicidad se consuma plenamente bajo el capitalismo de plataformas, puesto que los grandes modelos monopolísticos de las redes sociales, por ejemplo, están financiados íntegramente por la publicidad⁵. Aquello a lo que Theodor W. Adorno y Max Horkheimer se refirieron en 1944 como un sistema se vuelve aún más claustrofóbico. Quien no está en las redes queda fuera de juego: la industria cultural como infraestructura y superestructura, y la racionalidad tecnológica como forma de reconfiguración social de los mercados, confirman la tesis de Fredric Jameson de la posmodernidad como “dominante cultural”, así como la desarticulación de

⁵ Aunque la tesis del feudalismo es problemática, el argumento de Varoufakis va al núcleo de la cuestión. Recurriendo al personaje de Don Draper en la serie *Mad Men*, pone de relieve algo muy cercano a la tesis formulada por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer en las décadas de 1940 y 1950, cuando escribieron *Dialéctica de la Ilustración*: “Draper señalaba una mutación fundamental del ADN capitalista. Fabricar de modo eficiente cosas que la gente deseaba ya no era suficiente. El capitalismo exigía ahora una fabricación experta del deseo” (Varoufakis, 2023: 25). Pero hay más: con la televisión se amplificó la tendencia del capitalismo a poner precio a cosas que no habían sido concebidas como mercancías, puesto que “se mercantilizó la captación de la atención” (Varoufakis, 2023: 33). Este proceso se consuma en el capitalismo de plataformas: “Don tenía talento para inventar modos de inculcarnos deseos fabricados [...] con dispositivos Alexa basados en la nube ocupando el lugar de Don, nos encontramos en una calle de doble sentido permanentemente activa entre nuestra alma y el sistema en la nube [...] Alexa nos entrena para entrenarla mejor. El siguiente paso resulta aún más inquietante: tras impresionarnos con su capacidad para conocer nuestros gustos, pasa a modelarlos” (Varoufakis, 2023: 64–65).

la autonomía del arte en tanto que subsunción de esta –y de todas las demás esferas de la vida– a la industria cultural.

La unidimensionalidad contemporánea se halla vinculada al sistema digital de una industria cultural que lleva a cabo una subsunción digital total de la vida a través de una serie de transformaciones neoliberales. Como subrayan Étienne Balibar (2022) y Jonathan Crary (2022), la llamada Revolución Digital –anteriormente concebida como una utopía– ha mostrado en los últimos años su carácter catastrófico. En este sentido, podría compararse con otras grandes catástrofes de nuestro tiempo, como los desastres nucleares y medioambientales, debidos al extractivismo generalizado y a la destructividad que presupone. La distopía de la era de internet es el reverso de la imaginación pre-2000 según la cual la tecnología liberaría a la humanidad del trabajo –una utopía aún presente en las reflexiones de Herbert Marcuse–: nunca la fusión entre trabajo y ocio había sido tan estrecha, nunca se había trabajado tanto ni se había dedicado tanto tiempo a un entretenimiento vacío, ni las personas habían enfermado y caído en la depresión de manera tan profunda y generalizada.

Conceptos como racionalidad tecnológica, industria cultural y postmodernidad resultan hoy mucho más actuales. Permiten aprehender muchos más elementos de la realidad que nociones como tecnofeudalismo o capitalismo de la vigilancia, al tiempo que nos permiten pensar la cultura y la tecnología como ideología hoy. La nueva unidimensionalidad presupone la producción de una nueva condición humana, una nueva ontología: extrae nuevas formas de comportamiento, produce un desplazamiento de las masas hacia espacios digitales –generando una atomización aún mayor de la sociedad– y transforma el ocio, la economía, la sociabilidad, las subjetividades, las identidades, la sexualidad y la estética, entre otros ámbitos. Como ha señalado Étienne Balibar (2022), siguiendo a Karl Polanyi, se trata quizá de la transformación más significativa de nuestra época, en la medida en que produce un mundo nuevo: el metaverso. Este altera la percepción del espacio y del tiempo y genera una suerte de “servidumbre voluntaria” a través de la tecnología. Al igual que el capital, la política de la industria cultural es una política de tierra quemada (Jonathan Crary, 2022).

Las alternativas formuladas recientemente, como el socialismo digital o el cooperativismo de plataformas, muestran hasta qué punto nuestra imaginación política se ha empobrecido, revelándose incapaz de ir más allá de las formas existentes de organización social y de comprender la racionalidad política que subyace a la racionalidad tecnológica. En un mundo en el que casi nada parece ya tabú, la racionalidad

tecnológica, completamente naturalizada, se ha convertido en el mayor de todos ellos, en algo intocable. Quien la cuestiona es tachado de ludita o de paranoico. El carácter irrealista de la idea de superar el capitalismo digital no es sintomático de su carácter utópico, sino del dominio total de las formas que lo impiden. Herbert Marcuse tiene mucho que decir sobre nuestro presente, pero debemos tener el coraje de escucharlo. Para Karl Marx, la negación del capitalismo implica necesariamente negar nuestra propia condición como trabajadores y consumidores de aquello que este sistema nos presenta como felicidad. En la distopía capitalista de la tecnología digital, lo que Marcuse denominó en 1964 el “gran rechazo” resulta más necesario que nunca (Marcuse, 2002: 66).

REFERENCIAS

- ADORNO, Theodor W. (2019). *Aspekte des neuen Rechtsradikalismus*. Berlin: Suhrkamp.
- ADORNO, Theodor W./FRENKEL-BRUNSWIK, Else/ LEVINSON, Daniel J. & SANDFORD, Nevitt (1950). *The authoritarian personality*. Nueva York: Harper and Brothers.
- ADORNO, Theodor W./HORKHEIMER, Max (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments*. Stanford: Stanford University Press.
- ALTHEMAN, Eduardo (2022). “Plataformas enxutas e a estrutura de classes da sociedade neoliberal”. *Ciências Sociais Unisinos*, 58, 34–46.
- BALIBAR, Étienne (2022, setembro). Utopia 1/13: Étienne Balibar and Bernard E. Harcourt. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=rlJS6VowQ4w>
- CRARY, Jonathan (2022). *Scorched earth: Beyond the digital age to a post-capitalist world*. Londres: Verso.
- DEAN, JODY (2020). “Communism or neo-feudalism?”, *New Political Science*, 42(1), 1–17.
- DURAND, Cedric (2020). *Techno-féodalisme: Critique de l'économie numérique*. Paris: La Découverte.
- FRASER, Nancy,/DELLA TORRE, Bruna & BRESSIANI, Nathalie (2023). “Entrevista” *Margem Esquerda*, 41, 11–35.
- GAY, Peter (2001). *Weimar culture: The outsider as an insider*. Nueva York & Londres: W. W. Norton & Company.
- HAN, Byung-Chul (2015). *Burnout society*. Stanford: Stanford University Press.
- JAMESON, Fredric (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Londres: Verso.
- JARRETT, Kylie (2016). *Feminism, labour and digital media: The digital housewife*. Nueva York & Londres: Routledge.
- MARCUSE, Herbert (2002). *One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Londres & Nueva York: Routledge.
- MARX, Karl (1973). *The Grundrisse (Introduction to the critique of political economy)*. Nueva York: Vintage.

- MARX, Karl (1992). *Capital: Critique of political economy* (Vol. 1). Londres: Penguin Classics.
- MARX, Karl & ENGELS Friedrich (1988). *The economic and philosophic manuscripts of 1844 and the Communist manifesto*. Nueva York: Prometheus Books.
- MOROZOV, Evgeny (2019). "Digital socialism? The calculation debate in the age of big data". *New Left Review*, 116/117 (March/June), 33–67.
- SCHOLZ, Trebor (2016). *Platform cooperativism: Challenging the corporate sharing economy*. New York: New York Office, Rosa Luxemburg Stiftung.
- SRNICEK, Nick (2017). *Platform capitalism*. Cambridge: Polity.
- VAROUFAKIS, Yiannis (2023). *Technofeudalism: What killed capitalism*. Londres: Bodley Head.
- VÖGL, Joseph (2021). *Kapital und Ressentiment: Eine kurze Theorie der Gegenwart*. Munich: C. H. Beck.
- WILLIAMS, Raymond (2003). *Television: Technology and cultural form*. Nueva York & Londres: Routledge.
- ZUBOFF, Shoshana (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Nueva York: Public Affairs.