

Vol. 3 (2011)

Teoría Crítica de la industria cultural.

Continuar...

SUMARIO

Editorial

Editores

Nota editorial.

1 - 2

Artículos

Robert Hullot-Kentor

El sentido exacto en el que ya no existe industria cultural.

3 - 23 es

Heinz Steinert / Christine Resch

Industria cultural: conflictos por los medios de producción de la clase instruida.

24 - 60 es

Blanca Muñoz

La industria cultural como industria de la conciencia. El análisis crítico en las distintas generaciones de la Escuela de Francfort.

61 - 89 es

Rodrigo Duarte

Industria cultural 2.0

90 - 117 es

Fabio Akcelrud Durão

Un esquecimento e dos conceitos.

118 - 129 pt

Mateu Cabot

La crítica de Adorno a la cultura de masas.

130 - 147 es

Iray Carone <i>A face histórica de On Popular Music.</i>	148 - 178 pt
Gregor-S. Schneider <i>La biografía como literatura de la cultura de masas. Los análisis de Leo Löwenthal sobre la industria cultural.</i>	179 - 192 es
Román Setton <i>Pensar la literatura policial: Siegfried Kracauer, Walter Benjamin, Ernst Bloch, el género y la disolución de los vínculos comunitarios.</i>	193 - 207 es
José Fernández Vega <i>Política, cultura y mutaciones antropológicas.</i>	208 - 226 es

Notas

David Jenemann <i>Stranfling the Malincontents. Critical Theory and Pseudoconservatism today.</i>	227 - 233 en
Enrico Donaggio <i>Industria cultural hoy. Steve Jobs, un ejercicio de teoría crítica.</i>	234 - 243 es
María Ayllón <i>Cine e industria cultural. Alexander Kluge.</i>	244- 256 es
Alexandre Fernandez Vaz <i>Esporte e Sociedade, segundo Theodor W. Adorno</i>	257 - 268 pt
Pablo López Carballo <i>Palabras vendidas: la poesía española reciente ante el lenguaje.</i>	269 - 280 es
Francisco Sierra <i>Compolíticas: grupo interdisciplinario de estudios en comunicación, política y cambio social.</i>	281 - 291 es

Entrevista

Jordi Maiso <i>¿Qué significa hoy Teoría Crítica de la industria cultural? Entrevista con Roger Behrens</i>	291 - 314 es
--	--------------

Foro

Detlev Claussen <i>Industria cultural, ayer y hoy.</i>	315 - 321 es
Jordi Maiso <i>Continuar la crítica de la industria cultural.</i>	322 - 330 es

Eduardo Maura Zorita <i>A propósito de la actualidad de la industria cultural. Nueve proposiciones.</i>	331 - 333 es
Raúl Rodríguez Ferrándiz <i>De industria de la cultura a industrias culturales (y más allá).</i>	334 - 340 es
Gerhard Schweppenhäuser <i>Industria cultural, cultura popular y economización de la formación.</i>	341 - 348 es
Francisco Sierra <i>Teoría Crítica y comunicología. El legado de la Escuela de Frankfurt.</i>	349 - 356 es
Yoshikazu Takemine <i>Algunas observaciones sobre la industria cultural.</i>	357 - 363 es
Moshe Zuckermann <i>Nuevas y viejas observaciones sobre industria cultural.</i>	364 - 371 es

Reseñas

Th. W. Adorno, <i>Einführung in die Dialektik</i> (A. Kellermann)	371 - 378
F. A. Durão (ed.), <i>Culture Industry Today</i> (A. Fernandez Vaz)	379 - 382
M. Expósito (ed.), <i>Los nuevos productivismos</i> (L.I. García)	383 - 392
M. Hiver, <i>Adorno et les industries culturelles</i> (P. Frau)	393 - 396
G. Scheit, <i>Der Wahn vom Weltsoverän</i> (D. Dumbadze)	397 - 408
S. Schwarzböck, <i>Adorno y lo político</i> (E.A. Suárez)	409 - 413

NOTA EDITORIAL

Al final del capítulo sobre la industria cultural en la primera edición de *Dialéctica de la ilustración* puede leerse una clara exhortación: “continuar”. Adorno y Horkheimer habían detectado que el cine, la radio, las revistas ilustradas, el urbanismo y el lenguaje cotidiano habían constituido un sistema unitario en el que los diferentes sectores se engarzaban y complementaban entre sí. Sus análisis representan un esfuerzo teórico que requiere ser reapropiado y actualizado para enfrentarse a una realidad transformada. Pero, dado que su aproximación crítica ha sido banalizada por la recepción mayoritaria durante décadas y que el concepto mismo de industria cultural parece haberse convertido en un tópico, ¿cómo es posible retomar sus planteamientos sin caer en malentendidos?

El presente número de *Constelaciones* asume que el rechazo abstracto de la crítica de la industria cultural resulta tan inapropiado como el intento de convertirla en un dogma inamovible. El objetivo sería, más bien, plantear una relación productiva con los planteamientos de la Teoría Crítica “clásica” desde la conciencia de la distancia histórica que nos separa de ellos. Porque lo llamativo de su crítica de la industria cultural, formulada hace casi setenta años, no es que algunos de sus análisis no respondan ya a la actualidad, sino su enorme capacidad para anticipar problemas contemporáneos. En un momento en el que una misma melodía puede ejercer como reclamo publicitario, acompañamiento de video-clip, señal de llamada de un teléfono móvil o link personalizado en Facebook ya no se puede minimizar la advertencia de que el paisaje se convierta en mero trasfondo de señales y signos. El diagnóstico de que la totalidad del mundo pasa por el filtro de la industria cultural no puede seguir siendo considerado una manifestación de pesimismo cultural, sino como una perspectiva difícilmente refutable. A finales de los años sesenta, Adorno señalaba que la industria cultural se convertía en segunda naturaleza; hoy nos enfrentamos a una realidad en la que ya no existe un “afuera” de la misma –y esto no sólo afecta a la producción y al consumo de productos culturales, sino a las condiciones de posibilidad de la experiencia y del pensamiento teórico–.

Por todo ello, el tercer número de *Constelaciones* pretende retomar y desarrollar la teoría crítica de la industria cultural. Así presentamos una serie de textos y planteamientos que ofrecen una relación productiva con las distintas aportaciones de la Teoría Crítica en este terreno –a menudo desatendidas o simplificadas hasta

lo irreconocible en la recepción académica—. Pero también queríamos dar cabida a un impulso teórico que aspira a responder a las urgencias del presente, que resultan especialmente patentes tratándose de un tema como la industria cultural. Nos guía la convicción de que la teoría crítica requiere una confrontación con las elaboraciones teóricas del pasado para comprender la génesis de lo que hoy aparece como “naturalmente dado” y no caer por debajo del nivel analítico alcanzado; pero sus planteamientos deben articularse desde la experiencia del presente: de lo contrario, la crítica pierde su razón de ser y se instala en un conformismo que se aferra a las falsas seguridades de lo ya conocido.

Jordi Maiso
Coordinador de número

EL SENTIDO EXACTO EN EL QUE YA NO EXISTE LA INDUSTRIA CULTURAL*

The Exact Sense in Which the Culture Industry No Longer Exists

ROBERT HULLOT-KENTOR**

RESUMEN

La *industria cultural* es uno de los conceptos de Adorno cuyo espíritu ciertamente ha desaparecido. Pero también es el concepto cuya existencia paradójica, cuando se lo examina, permite una comprensión sin igual del destino contemporáneo de toda su obra. La paradoja potencialmente iluminadora es esta: aunque la idea de la *industria cultural* participa del evidente agotamiento de los conceptos centrales de Adorno, aunque está claro que ha desaparecido su espíritu, este concepto goza de una enérgica vida póstuma, completamente indiferente al hecho de haber perecido hace tiempo.

Palabras clave: industria cultural; Theodor W. Adorno; barbarie; lo primitivo; experiencia histórica.

ABSTRACT

The *culture industry* is one of Adorno's concepts whose ghost for certain has gone. But it is also the concept whose paradoxical existence, when examined, provides unrivaled insight into the contemporary fate of his whole work. The potentially illuminating paradox is this: While the idea of the *culture industry* shares in the evident exhaustion of Adorno's central concepts; while there is no doubt that its ghost is gone; this concept all the same lives a vigorous after-life, fully indifferent to the fact of its decease long ago.

Key words: culture industry; Theodor W. Adorno; barbarism; the primitive; historical experience.

Quien haya estudiado la filosofía de Adorno a lo largo de las últimas décadas, tal vez incluso durante el tiempo en que vivió el filósofo, quizás habrá notado que a pesar de la infinidad de nuevos comentarios, a pesar de las publicaciones reciente-

* Original en inglés: "The Exact Sense in which the Culture Industry No Longer Exists", publicado en *Cultural Critique*, Otoño, 2008, vol. 7. Resumen y palabras clave son añadidos de los editores para esta publicación.

** Profesor en la School of Visual Arts, New York, y ensayista estadounidense.

mente disponibles de su correspondencia y sus clases, los escritos de Adorno se están volviendo cada vez más oscuros. Esto no se debe a que Adorno sea hoy más difícil de entender que en el pasado. Al contrario, la oscuridad que va envolviendo su filosofía se corresponde con una reciente evidencia en los escritos. De esto son responsables, por lo menos parcialmente, las glosas y comentarios disponibles y años de una familiaridad cada vez mayor. Podríamos fácilmente empezar con un sumario de temas: la cosificación es la rígida red tejida sobre el mundo que aísla lo universal de lo particular; la dialéctica rompe esa red, potenciando el conflicto entre lo uno y lo múltiple en el que se manifiesta la primacía del objeto; las relaciones de producción son esto y las fuerzas de producción aquello; el hechizo, el tabú, el fetiche y la barbarie son por su parte otra cosa. Pero la fuerza motriz de estos conceptos, su *noeud vital*, ha desaparecido. Si hace algunas décadas, cuando un lector cogía la *Dialéctica Negativa* se quedaba estupefacto por el sentido sobrecolector del título, ahora, a pesar suyo, ese mismo lector ya no acierta a ver con claridad cómo alguna vez pudo parecer que la reivindicación de lo *negativo* arriesgaba todo y se enfrentaba a todos. Conceptos que una vez decían tantas cosas ahora han enmudecido. Sin duda, uno puede arrimar el hombro a la carga histórica que está fuertemente lastrada en el volante de inercia de cualquiera de estos conceptos y, a empujones, reanimarlos otra vez, pero el concepto de “subjetividad”, por ejemplo, ya no podrá reanimarse por sí solo. “Agencia”, no “subjetividad”, es ahora el tema recurrente. Evidentemente, el que unas ideas sean pensadas de forma vinculante y otras no, no es algo que dependa de nuestra voluntad individual. Pero si no nos es dado decidir, en un acto de la voluntad o de agudeza lógica, qué conceptos atraen hacia sí al mundo como hacia un vórtice y cuáles forman de repente remolinos centrífugos, dispersando negligentemente sus fenómenos, a veces sí que podemos entender aspectos del momento en que esta inversión ocurre. La presente discusión intentará entender algo de todo esto, pero sólo a través de la pregunta más amplia de cómo es que los conceptos centrales del pensamiento de Adorno han perdido su arraigo en el momento histórico. Y, como se verá, si bien es posible recobrar su *noeud vital* y afirmarlo, hacerlo no reanimará la filosofía. Al contrario, revelará un conflicto casi intolerable entre el posicionamiento del pensamiento hoy y el contenido de la filosofía de Adorno, incluso aunque reconozcamos que esta filosofía es de un interés y una importancia cada vez más urgente.

1. EL FANTASMA DE BOOMTOWN

La *industria cultural* es uno de los conceptos de Adorno cuyo espíritu ciertamente ha desaparecido. Pero también es el concepto cuya existencia paradójica, cuando se lo examina, permite una comprensión sin igual del destino contemporáneo de toda su obra. La paradoja potencialmente iluminadora es esta: aunque la idea de la *industria cultural* participa del evidente agotamiento de los conceptos centrales de Adorno, aunque está claro que ha desaparecido su espíritu, este concepto goza de una enérgica vida póstuma, completamente indiferente al hecho de haber perecido hace tiempo. A diferencia de cualquier otro concepto en el conjunto de la obra de Adorno, el término industria cultural se cita de manera omnipresente entre las firmes convicciones de nuestra época. Hoy cualquiera que intente estar alerta, palabra por palabra, a la diferencia entre lo que está permitido decir y lo que no, dudaría antes de tomar aliento para lanzar una crítica, por ejemplo, a los estragos de la cosificación, pero nadie dudaría en echarse a hablar *ad libitum* sobre la *industria cultural*. Esto se podría documentar presentando la frecuencia estadística con la que el término es citado en las revistas académicas e incluso en los periódicos de las principales ciudades. Pero el ambicioso tesón con el que este concepto se aferra a la existencia se demuestra mejor en una sola cita. Ha sido extraída de una publicación del gobierno chino preparada en 2007 para la Organización Mundial del Comercio. En sus propias palabras, el artículo se refiere al estado de la *industria cultural* en China: “China ha sido testigo de un desarrollo expansivo de su *industria cultural* desde los años 1990. (...) Sin embargo, la *industria cultural* en China está todavía muy rezagada en comparación con la de los países desarrollados”¹. El artículo prosigue deplorando el atraso continuado de la industria cultural china, luego reúne gráficos y estadísticas para garantizarle al expectante mundo de las finanzas que esta deficiencia, esta industria cultural “tan rezagada”, se encuentra ya hace tiempo en un proceso de aceleración considerable.

2. HOMOFONÍA Y GENERACIÓN ESPONTÁNEA

Como la razón para citar una publicación china sobre la *industria cultural* de dicha nación es documentar la omnipresencia confiada del término, no nos detendremos

¹ “China’s Culture Industry and the WTO”, http://www.chinaculture.org/gb/en_focus/2003-09/25/content_43087.html [13 Octubre, 2011] El subrayado es añadido.

mos a profundizar en la hermenéutica de ese concepto chino. Nadie duda de lo que significa la *industria cultural* o de lo que se reúne bajo su nombre. El concepto es una especie de esperanto que puede ser intercambiado de modo fiable a nivel mundial. En completo contraste con esto, sin embargo —y aquí sale a la luz la existencia paradójica del concepto adorniano de *industria cultural*—, la palabra que no está en la cabeza de ninguno, la palabra que de ninguna forma puede ser pronunciada en espera de encontrarse con la comprensión espontánea de lo que una vez significó, esa palabra es el hallazgo homófono de Adorno y Horkheimer en la *Dialéctica de la Ilustración* hace más de cincuenta años. Un diccionario americano estrictamente contemporáneo marcaría su entrada en el diccionario, esa industria cultural, como *obsoleta*. Y aunque dicha entrada afirmaría que ambos términos están históricamente entrelazados y que comparten las percepciones engarzadas de una única dinámica histórica, una entrada consecuentemente exhaustiva pondría especial cuidado en negar la fácil presunción de que la homofonía del término *industria cultural* de los filósofos alemanes con nuestra lengua vernácula contemporánea responde a un único desarrollo histórico de un concepto. A pesar del muy sabido hecho de que fueron Adorno y Horkheimer quienes acuñaron la expresión, el término contemporáneo con sonido similar no vino al mundo como fruto de un término alemán precedente, adaptándose luego a los propósitos actuales mediante una evolución etimológica. Por el contrario, este término debe su existencia a un acto enteramente independiente de generación espontánea. Proviene de esa acumulación y fusión de entidades comerciales ocultas bajo la masa de la que, un día, hace algunas décadas, una gran multitud de conceptos comenzaron a emerger, totalmente maduros. Tomémonos un momento para reconocer esta multitud, y no caso por caso, sino ejemplificados parcamente del siguiente modo: la *industria de la hostelería*, la *industria de la educación*, la *industria del medio ambiente* y la *industria de la vivienda*. Estos apelativos industriales —de los que la *industria cultural* es un puro derivado— existen en una amalgama con otras multitudes de expresiones conocidas y realidades pseudo-orgánicas que se confirman recíprocamente: el “árbol genealógico de industrias”, “una familia de aparatos electrónicos”, “cultura corporativa”, “la comunidad empresarial” y “la comunidad bancaria”.

3. ADIESTRAMIENTO SILÁBICO DEL OÍDO I

Este tejido ideológico de expresiones está tan densamente elaborado y tan impermeablemente enmarañado que obstruye cualquier vestigio de lo que en otro tiempo significó el término adorniano de *industria cultural*. Pero, cuando uno se enfrenta por primera vez a este callejón sin salida, existe la posibilidad de percibir algo del destino del conjunto del pensamiento de Adorno, puesto que él habría sido capaz de denominar este tejido una “red” (*Netz*) o bien, “un entramado de obnubilación” (*Verblendungszusammenhang*), mientras que, obviamente, nosotros no podemos. Los propios conceptos de “red” o “entramado”, con los que Adorno trató de captar de forma auto-consciente la totalidad de la mediación, han terminado por ser capturados por una mediación electrónica omniabarcante en la que su auto-reflexión se ha esfumado. Como castigo por haber tocado directamente la verdad, el pensamiento crítico se convirtió en aquello que trataba de combatir. En múltiples ocasiones, la comprensión de la filosofía de Adorno requiere encontrar maneras para demostrar cómo cada concepto ha sido forzado a reproducir funciones de difusión de una ilusión socialmente necesaria. El acercamiento alternativo a su trabajo, la explicación analítica de los conceptos de su filosofía, por su parte, es impotente frente a este proceso; cuando, en su inconsciencia, se apodera de conceptos medio muertos para gesticular con ademán autoritario, consolida necesariamente este proceso. Sólo si se encuentran modos de evidenciar que hoy los conceptos de Adorno sirven para atrincherarse frente a su propio significado, puede entenderse por qué hoy su trabajo está tan perentoriamente muerto como es apremiantemente actual.

En el caso de la *industria cultural*, nuestra auscultación lingüística requiere acercarse un paso más a las palabras mismas. Pero este paso necesario está más allá de nuestro alcance; sólo podemos fingir que alcanzamos el objetivo. Y como el fingimiento requiere una estrategia viable, elegimos un vehículo lingüístico que acelerará en el acto a quienes quieran volver a 1947, la fecha de publicación de *Dialéctica de la Ilustración*. En este acto de transmisión puede que algunos lectores lleguen incluso a un momento anterior, al momento exacto en que, en Pacific Palisades, Adorno y Horkheimer concibieron este epíteto durante sus años de más estrecha colaboración, que según Habermas fueron años de la más completa *folie à deux*².

² Jürgen HABERMAS, “Nachwort”, en Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, Frankfurt a. M.: Fischer, 1986.

Esta estrategia –una simple mezcla de objetivo correlativo y artificio– tiene el expeditivo encanto de que se paraliza en el instante en que se pone en marcha. Su periodo de desintegración es aún menos que evanescente. En el momento en que surte efecto, sin sentir, escuchar ni ver nada, cada lector tendrá un fragmento de segundo para considerar fríamente la posible memoria del olvido, y nada más. Pero basta de preparativos, intentemos percibirlo. Para que esta estrategia de transmisión funcione lo mejor posible, hay que medio pronunciar mientras leemos este conjuro de días pasados: *cold fire* de Shakespeare, *miserable abundance* de Donne, *nains géants* de Hugo, *permanencia de lo fugitivo* de Quevedo, *pleasing pain* de Spencer, *piano forte* de Beethoven, *soleil noir* de Baudelaire, *chiaroscuro* de Caravaggio – aquí hay sitio para *pale fire* de Nabokov– y, luego, *Kulturindustrie* de Adorno, *Kulturindustrie*. ¡Bang!, *Culture industry*. El encantamiento se ha roto.

4. ADIESTRAMIENTO SILÁBICO DEL OÍDO II

¿Qué puede haber ocurrido? Bajo el impulso transversalmente acumulado de todos los *soleil noir* que acabamos de citar, la parodia de asistir a la aparición definitiva de un concepto cronológicamente remoto ha llevado a nuestra lengua vernácula contemporánea, carente de fricciones, a partir la *industria cultural* –un tema de licenciatura disponible por tres créditos en cualquier universidad importante– en dos, en *cultura* e *industria*. Y, entonces, al pronunciar la remota “*Kulturindustrie*” de Adorno se fuerza estas partes escindidas a unirse de nuevo, aunque visiblemente marcadas por la escisión que siempre las ha caracterizado. De este modo, la “*industria cultural*” podría empezar a divulgar los primeros rasgos de su pulso epigramático: al ser una unidad forzada de lo incombible, un chispazo abrasivo de concepto contra concepto –sus cargas eléctricas saltaban alrededor de dos polos positivos unidos y estrechamente encajados– un rechinar mutuamente repelente de *cultura* e *industria*, que colisionan cuando se las constriñe a encontrarse.

Esta treta arqueológica ha permitido una primera impresión de lo que transpira el concepto auto-antagonista de *industria cultural*. El propio Adorno, por supuesto, nunca necesitó ocultar el contenido auto-antagonista de su concepto como lo hemos hecho nosotros; él oía perfectamente bien de qué iba y no pudo oírlo ni una sola vez como nosotros lo oímos ahora. Y, por cierto, tampoco estaba sujeto al aspecto más extraño de la multitud de conceptos en que se inserta la *industria cultural* contemporánea. Pues aunque la *industria de la hospedería*, la *industria musical*, ni qué

hablar de la *home office*^{*}, se hallan entre las expresiones más cáusticas de nuestra tribu, nuestra percepción las registra como un hecho exclusivamente neutral. Adorno, por el contrario, habría escuchado estas bruscas expresiones como lo que son. Por lo tanto, si pudiéramos percibir más exactamente algo de lo que Adorno percibía en su concepto de *industria cultural*, si pudiéramos adquirir algo similar a su oído para discernir conceptos, superaríamos nuestra afasia perceptiva hacia su contenido. Poseeríamos entonces los rudimentos de una *fisonomía social* contemporánea, de carácter espontáneo, en la que el conjunto de nuestra nomenclatura comercial de fácil ensamblaje acentuaría lo distintivo de su voz, que sería percibida como el propio Adorno podría haberla oído.

5. EL ÚNICO APETITO DE LA RAZÓN COMERCIAL

Con este propósito, es posible dilucidar más de cerca el antagonismo en la idea adorniana de industria cultural considerando por separado los conceptos que ensambla, sin olvidar que nuestra concentración sólo tolerará presentaciones sumarias y estereotipadas. Afortunadamente, en el caso de la *cultura*, no hay más remedio que ser conciso. Puesto que, según Adorno, cuando la cultura es cultura –lo cual es claramente la excepción, ya que la cultura es en la mayoría de los casos su propio opuesto–, apenas puede decirse algo sobre ella que no equivalga a expresiones tipo “preciosa puesta de sol” o “la 109 de Beethoven es mi favorita”, contribuyendo así a toda la cultura que no es tal. Pero de la cultura puede decirse al menos que surge potencialmente de la capacidad para suspender la mera utilidad y constituye así el único aspecto de la idea de la libertad que no es una abstracción. La *cultura* tal vez sea “basura” –como escribió una vez Adorno– y nada más que la racionalización de una inhibición impuesta socialmente, pero –tal y como también escribió– no deja de ser la idea de reconciliación. Por el contrario la *industria*, la encarnación de la fuerza de producción moderna, que podría ser una fuerza de cultura en tanto que capacidad para mitigar la escasez y el sufrimiento, se ve sistemáticamente limitada por el imperativo que implicaba su concepción en el siglo XVII como labor sistemática, que excluye todo cuanto rebasa la mera utilidad. Esta racionalidad es la intelectualización de la autoconservación. Está estructurada de tal modo que, para poder sobrevivir, además de producir su abundancia, debe

^{*} Con la expresión *home office* se designa el departamento del Gobierno del Reino Unido responsable del control de la inmigración, la seguridad y el orden [nota de los editores].

producir al mismo tiempo escasez en igual o mayor medida. La vieja máxima de la crisis de la sobreproducción, el análisis de la tendencia a la caída de los precios y, en última instancia, a poner en peligro el flujo de dinero de la industria, intentó otrora hacer comprensibles los *potlatches* cíclicos y obligatorios del capitalismo. Y la vieja máxima sigue siendo verdadera, aunque haya sido modificada por la aceleración del proceso de racionalización que encarna. Los sistemas informatizados de distribución han convertido las corporaciones en aparatos logísticos para dominar el consumo; las empresas particulares se han establecido como los únicos guardianes del apetito social, en todo momento y en todos los ámbitos. Con esta influencia estratégica, la corporación fundada en la logística ha sido capaz de separar la manufactura de su propia estructura interna y dirigir todas sus fuerzas contra lo que una vez fueron sus propias provisiones de trabajo y materia prima, fuentes con respecto a las cuales ya no tiene ningún tipo de responsabilidad social. La desposesión es hoy la forma más feroz de posesión. Esta evolución es un proceso de incremento de la racionalidad corporativa. Se trata de un aumento de la capacidad de usar tan eficientemente como sea posible todos los elementos del material al alcance de su sistema y de deshacerse de todo cuanto resulte superfluo para la extracción de riqueza. *Fuera* de la corporación, esta racionalidad desintegra los mercados y las sociedades del mundo entero. *Dentro* de ella, esta racionalización ha carcomido y disuelto la propia racionalidad de la corporación. Montando guardia sobre los apetitos de la boca populosa, por un lado, y respondiendo a la demanda de beneficios maximizados de los accionistas, por otro; habiéndose librado de los compromisos civilizatorios respecto al trabajo y lo local; habiéndose desecho de su propia estructura interna de mandos intermedios y del desarrollo de productos, las corporaciones dominantes, que en el siglo XX llegaron a ser el nervio y la estructura de la nación, han quedado reducidas a dispositivos ciegos de la autoconservación. Las principales instituciones económicas se han convertido en bandas y mafias para extraer beneficios. La planificación no sólo ha sido reducida; se la ha rechazado activamente como algo que obstaculiza la capacidad para la búsqueda de riesgo, de esos puntos de mayor vulnerabilidad percibida en un objeto en los que potencialmente se encuentran los más altos beneficios. Según el crítico de los negocios Barry C. Lynn, la empresa como tal ha abandonado la capacidad para “pensar de forma abarcante” y ahora “no está guiada por ninguna autoridad interna racional”³. Si los Estados Unidos están como flotando en el mar, está claro que nadie

³ Barry C. LYNN, *End of the Line* (New York: Doubleday, 2005), págs. 129-260, esp. pág. 210.

guía su rumbo; el país no puede localizar su mente; ha excluido esos centros rudimentarios de cognición que podrían hacerle despertar a lo que es.

“En un momento en el que el propio sistema [corporativo] es mucho más complejo que nunca y en el que se enfrenta a amenazas con las que nunca antes estuvo confrontado, parecería que lo hemos puesto todo bajo el control de nuestro propio estómago.”⁴

El país está dirigido “cada vez más por una especie de puro deseo, una especie de puro apetito”⁵. Se trata de un deseo y un apetito de supervivencia, como si no se pudiera sentir ningún otro impulso. “Global” –comoquiera que se invoque la palabra, y en cualquier combinación– significa ahora la supervivencia al precio de nada menos que el todo. Aquí, ser el más grande es la única intención concebible, la única reconocible⁶.

6. LO QUE ES EXACTAMENTE

En este estudio que se ocupa del sentido exacto en el que ya no existe la industria cultural, debería observarse que la cuestión no se aborda desde el mundo del cine, la web o las inquietudes acerca de la televisión y la industria del entretenimiento. Más bien se ha tratado el problema esclareciendo los elementos del propio concepto de Adorno. Para esto han hecho falta medios arqueológicos y los resultados son hasta el momento toscos: si la *cultura*, cuando es cultura, es lo que potencialmente va más allá de la autoconservación; y si la *industria*, que significa mucho más que un dispositivo de fabricación, es lo que reduce este potencial a la tarea de la supervivencia, entonces la industria *cultural* –en tanto que producción de cultura por la industria– es la reducción de todo lo que va o podría ir más allá de la autoconservación a una vida vivida como lucha violenta por la supervivencia. *La industria cultural es la fabricación de cultura en cuanto producción de barbarie*. Esta es la dinámica interna de la unidad forzada de lo no combinable que Adorno objetivó en el concepto auto-antagonista de *industria cultural*. Aquí lo moderno es la cifra de lo arcaico en la medida en que la cultura, en su transformación industrial, se convierte en una fuerza impregnada de regresión social. Y si bien la condición actual del inglés americano hace difícil hacer conjeturas sobre un momento en el que cualquier

⁴ Ibid., pág. 236.

⁵ Ibid.

⁶ Cf. *ibid.*, págs. 129-260.

sustantivo podría ser combinado con *industria*, hicieron falta dos guerras mundiales para colocar estas dos palabras en una proximidad combinatoria. El día de su estreno, el destello de la formación terminológica *industria cultural* brilló sin chispa frente al caqui de los uniformes de camuflaje. Fue esto, la cualidad categóricamente *primitiva* de la locución como producto de la propia modernidad, lo que debió sorprender a Adorno con la exactitud histórica de su hallazgo. Cada palabra que escribió sobre la *industria cultural* se vio envuelta en el conocimiento de esta dinámica de primitivización inherente al concepto.

7. FISONOMÍA RUDIMENTARIA E IMPERATIVO CADUCO

Experimentemos ahora con la aparente inanidad de una expresión seleccionada de un catálogo de educación superior por la agilidad con la que, en su propia fracción de segundo, promulga su auto-evidencia segura de sí: “Universidad del Estado de Florida, Escuela Dedman de Hospitalidad y Turismo”, garantiza a sus estudiantes “una carrera en la industria número uno de Florida”⁷. Y si, al leer esta expresión, el esfuerzo por discernir la dinámica interna de la *industria cultural* ha empezado a hacer que estas palabras universitarias tartamudeen siquiera un poco y se salgan de la página para hablar, casi con su propia voz, moviéndose rígidamente con labios inflexibles, no se trata de ventriloquia. La particularidad de los vocablos es real; aquí, en una cita abrupta, el concepto sepulta el paisaje –humano y costero– con una ferocidad inconsciente. Lo que Adorno mismo habría percibido en nuestra lengua vernácula –en ese agregado caracterizado, por ejemplo, en la *industria de la hospedería*– quizás se ha vuelto evidente para nosotros también: son actitudes de barbarización; poderes reales de la primitivización de la vida encarnados por las fuerzas del progreso mismo; la racionalidad como antagonista de la propia razón; en el caso de la Escuela Dedman, percibimos la universidad misma como un dispositivo establecido de la estupidización y la catástrofe: la cultura como su propio opuesto.

En este punto, una *fisonomía social* de la jerga de la industria cultural podría comenzar a iluminar amplias franjas de sus expresiones bajo la constelación de las ideas clave de la filosofía de Adorno: el hechizo, el tabú, la prohibición, su concepto de historia natural, la regresión y la magia; cada una de ellas quiere revelar lo

⁷ *General Bulletin*, Dedman School of Hospitality, College of Business, 2006-2007, Florida State University, pág. 281.

moderno mismo como la fuerza de lo primitivo. Este estudio empezaría así a cumplir el imperativo categórico del pensamiento de Adorno tal como lo formuló en sus “Notas marginales sobre teoría y praxis”, donde escribe que la “única praxis adecuada consistiría en poner todas las energías en abrirse camino fuera de la barbarie”⁸. Pero aquí exactamente, al considerar la máxima de Adorno, hacemos un alto. No tiene sentido que nos engañemos. No vamos a emprender ninguna lucha para superar la barbarie, ni por medio de una fisonomía social de la jerga de la industria cultural ni de ninguna otra manera. El imperativo categórico del pensamiento de Adorno no es el nuestro. Al contrario, la invocación de esta máxima presenta un índice de nuestra falta de interés en el contenido crítico de su trabajo.

8. LA VELOCIDAD DEL DESINTERÉS HOSTIL

Lo “bárbaro” –una apelación que, en los escritos de Adorno, se alterna en varios contextos con lo “primitivo” y lo “arcaico”– se ha convertido en materia de desinterés hostil, pero no porque su realidad haya desaparecido de la historia mundial dejando atrás sus vocablos dispersos como cáscaras irritantemente vacías. Porque aunque no supiéramos nada acerca de la estructura contemporánea de la economía americana está claro que –como ha escrito Hobsbawm– cuando terminó la primera guerra mundial, la barbarie se aceleró aún más. Para calcular su velocidad mediante una serie de indicadores, comparemos la indignación ante lo que para nosotros sería la injusticia de poca importancia del caso Dreyfus; consideremos que Clausewitz dio por supuesto que en la guerra las fuerzas armadas luchan para inutilizar las fuerzas del adversario y no asesinan a los prisioneros, aplastan a la ciudadanía o aniquilan sumariamente a una nación; notemos las magnitudes de muerte y sacrificio a las que condujeron los gobiernos a sus hombres alistados en Ypres y Verdun, por ejemplo, y notemos también que a mediados del siglo XIX surgen eslóganes como “*better dead than red*”, que, como un fin que justifica cualquier medio, ayudaron a que la sociedad como un todo se preparara para su aniquilación. Si alguna vez hubo un movimiento para librar al mundo del catastrófico armamento nuclear, ¿qué señales quedan ahora de él? Tanto en el centro como en la periferia del mundo desarrollado, escribe Hobsbawm, “gente que ya no dispone de criterios

⁸ Theodor W. ADORNO, “Marginalia to Theory and Practice”, en *Critical Models*, trad. de Henry W. Pickford, New York: Columbia University Press, 1998, pág. 268.

sociales para orientar la acción lleva a cabo cosas terribles”⁹. Y si en los Estados Unidos –que aún tienen que darse cuenta de hasta qué punto son una nación moralmente devastada– una administración totalmente desacreditada se enfrenta ahora a una oposición mayoritaria*, todavía no hay forma de saber si este país, que en sus libros de derecho concede margen para la tortura y para espiar a su ciudadanía, se retractará de su compromiso con una creciente unanimidad mundial en la convicción de que “la barbarie es más eficiente que la civilización”¹⁰. “¿Cómo podría?”, cabría preguntarse dado el colapso internacional del orden político, el fracaso del monopolio del estado sobre la violencia y la disolución de los marcos coherentes de las relaciones sociales. Debe ser, entonces, que la antipatía aparentemente espontánea que nos produce la censura de lo bárbaro es un aspecto de la disolución de estos marcos de relaciones sociales. El proceso mismo de barbarización ha consumido la capacidad de diferenciación y ha echado por la borda la idea una vez que hubo acabado con ella.

9. “YO TAMBIÉN ESTOY CONTRA TODO”

En este contexto es inestimable un ensayo que Adorno escribió en los años cincuenta y que presentó como una conferencia –“El concepto de la filosofía”–. Allí señala una transformación fundamental en la experiencia histórica que revela estratos más profundos de lo que de manera esencial se nos ha escapado en el pensamiento de Adorno. Adorno presenta esta transformación como la *idea fundamental del pensamiento occidental* que expandió *infinitamente* el horizonte del conocimiento. Esta intuición, a la que debía la suma total de las percepciones de su filosofía, le estaba esperando en el pensamiento de su época, del mismo modo en que hoy ya no espera a nadie. Y si en un primer momento, tal vez con cierta decepción, se la puede reconocer como algo que ya ha sido abordado, esta intuición implica un aspecto y una extensión del pensamiento que difícilmente podríamos presagiar:

⁹ Eric HOBBSBAWN, “Barbarism: A User’s Guide,” en *On History* (New York: The New Press, 1997), págs. 253-65, esp. pág. 264.

* El presente texto fue escrito y publicado en 2008 [nota de los editores].

¹⁰ Ibid.

“El horizonte del pensamiento se ha expandido *infinitamente*; capas que estaban escondidas han entrado en nuestro campo de visión. El *paso definitivo* en el pensamiento occidental fue entender lo *arcaico en nosotros y en la realidad*.”¹¹

En este ensayo Adorno no documenta la preparación histórica para lo que consideró este paso definitivo en el pensamiento occidental, ni proporciona ningún detalle de lo que podría descubrirse en este nuevo horizonte —era algo obvio en el momento y en el contexto de su conferencia, hace ya medio siglo¹². Pero podemos reconstruir el perfil de lo que Adorno percibió entonces como prodigioso a partir de las primeras frases de *Teoría Estética*. En ellas Adorno se refería a esta misma extensión como el “mar de lo que antes era inconcebible, en el que osaron aventurarse los movimientos artísticos revolucionarios alrededor de 1910”. Este mar, con todos los niveles que abarca, fue llevado a su punto de fuga en el horizonte de la percepción de lo primitivo en nosotros y en la realidad¹³. Este fue el acontecimiento fundamental que Adorno reconoció, por ejemplo, en las *Demoiselles* de Picasso y en sus obras de 1907-10 inspiradas en África, en la “Danza de la bruja” de Mary Wigman (1914) y similares y en el sombrío resplandor de la prehistoria en cada línea de Kafka. Al sernos familiares, estas obras ofrecen la mejor coyuntura para apreciar la chispa mimética del reconocimiento que una vez se produjo entre lo que ya era abstracto en las máscaras totémicas tribales y en los fetiches, por un lado, y la dinámica de la abstracción que estaba teniendo lugar en el material social mismo, por otro. Este es el motivo exacto del gesto que centelleó a cámara lenta mientras Picasso miraba el “todo” desde los fetiches africanos y polinesios:

“Me quedé mirando los fetiches. Entendí: yo también estoy en contra de todo. ¡Yo también creo que todo es desconocido, es el enemigo! ¡Todo! No sólo los detalles, las mujeres, niños, animales, tabaco, el juego, ¡sino todo!”¹⁴

Así exclamó Picasso una tarde en 1907 en el Museo de Etnografía de Trocadero. Él mismo no tenía interés o curiosidad etnográfica alguna por las esculturas

¹¹ Theodor W. ADORNO, “Der Begriff der Philosophie”, en *Frankfurter Adorno Blaetter II*, Frankfurt a. M.: Text+Kritik, 1992, pág. 52. Cursiva añadida.

¹² Véase, por ejemplo, el artículo “Civilización” en la muy reputada XI Edición de *The Encyclopaedia Britannica* (1911), que establece un paralelo la observación de Adorno sobre la transformación de la idea de lo primitivo al hablar de “la más radical metamorfosis del parecer mental que ha tenido lugar en el curso entero del periodo histórico” (www.1911encyclopedia.org/Civilization) [13 Octubre, 2011].

¹³ Theodor W. ADORNO, *Aesthetic Theory*, trad. de Robert Hullot-Kentor, Minnesota: University of Minnesota Press, 1997, pág. 3.

¹⁴ Pablo PICASSO, cit. por André Malraux en *La Tete d'obsidienne*, ahora en J. Flam y M. Deutsch (eds.), *Primitivism and Twentieth Century Art*, Berkeley: University of California Press, 2003, pág. 33.

africanas que coleccionaría¹⁵. El arte no se convirtió en arte moderno por medio del conocimiento académico de lo primitivo, sino mediante su apropiación como una instancia para el rechazo de lo sensual de cara a alcanzar una capacidad formal capaz de dirigir la violencia de la vida contra su propia violencia¹⁶. En este logro formal estaba sedimentado el elemento decisivo del modernismo como despliegue de una profundidad de campo absoluta en la profundidad de la conciencia histórica de Occidente. Esto fue lo que caracterizó el curso del progreso como progreso moderno. El desiderátum de lo *completamente nuevo* —en un grado y cualidad nunca antes concebibles, pero de modo que los edificios de oficinas brotaran ya plenamente imaginados de los cuadros de Mondrian— surgió de la incipiente percepción de lo primitivo, no del establecimiento de una altura futurista que arrojase lo arcaico en perspectiva profunda. Y cuando Cézanne dijo modestamente de sí mismo: “sigo siendo el primitivo del camino que descubrí”, esta modestia auto-protectora ocultaba la intención y la capacidad de pintar lo que nunca había sido pintado antes¹⁷.

Para Adorno, por tanto, la percepción de lo primitivo *en nosotros* fue crucial en la medida en que condensaba en sí misma la conciencia crítica de Occidente. Adorno persiguió esta intuición en cada frase que escribió, al tratar de mostrar que la dominación de la naturaleza es la reproducción de lo primitivo, que sólo al comprender esto podría la dominación renunciar a su violencia y reconciliarse con lo primitivo —el acto en virtud del cual el progreso llegaría a ser por una vez progreso—. Adorno intentó presentar esta intuición de modo irresistiblemente clarividente, convencido de que comprenderla marcaría la diferencia entre la supervivencia y la autodestrucción de la humanidad y del mundo habitable en su conjunto.

10. SUMA TOTAL DE CONOCIMIENTO VEDADO

Si, pese a todo, movidos por el interés en este pensamiento y queriendo de algún modo estar a su altura, intentáramos contemplar esta filosofía en el horizonte en el que fue concebida, no lo conseguiríamos. Este amplísimo horizonte de compren-

¹⁵ Robert GOLDWATER, *Primitivism in Modern Art*, Cambridge: Harvard University Press, 1986, págs. 41-42.

¹⁶ Wallace STEVENS, “The Nobel Rider and the Sound of Words”, en *Collected Poems and Prose*, New York: The Library of America, 1984, pág. 665.

¹⁷ Michael DORAN, *Conversations with Cézanne*, Berkeley: University of California Press, 2001, pág. 73. Véase también, por ejemplo, pág. 86.

sión de lo primitivo en nosotros y en la realidad ya no puede ser percibido. La autorreflexión sobre lo primitivo ha desaparecido. Por esta razón, cuando al principio intentábamos comprender el significado de la idea adorniana de *industria cultural*, no pudimos comprender ni siquiera su obsolescencia sin recurrir al artificio histórico y la reconstrucción. Al percatarnos de la desaparición del horizonte en el que cimentaba su significado el concepto adorniano de *industria cultural*, reconocemos el sentido exacto –y único– en el que puede decirse que la *industria cultural* ya no existe. Como un indicador temporal, aunque sea impreciso, la rúbrica de la postmodernidad traza la frontera que la percepción de lo primitivo en nosotros no llegó a atravesar. La pérdida de esta percepción no fue un momento cualquiera, sino que implica una disminución absoluta de la percepción histórica que debilitó el impulso de lo moderno hasta reducirlo a un periodo bien documentado de la historia del arte. El resultado es evidente en todos los aspectos del pensamiento contemporáneo, pero especialmente en la suma de conocimientos que han quedado bloqueados –muchos de los cuales eran patrimonio común de la generación precedente–, y en la medida en la que el conocimiento vinculante mismo está rigurosamente prohibido. El modo en que los conceptos centrales de la filosofía de Adorno –del hechizo, el fetiche, el mito y demás– se sitúan junto a la célebre colección de estatuaria primitiva en el escritorio de Freud revela que, pese a la compleja alianza y el punzante antagonismo entre la filosofía adorniana y el psicoanálisis, la dialéctica de la Ilustración de uno –la dialéctica del progreso como regresión– y la comprensión que el otro alcanzó, por ejemplo, de un joven paciente que “en ocasiones sabía traducir sus deseos del lenguaje totémico al lenguaje cotidiano”¹⁸, solo resultan concebibles desde el horizonte que una vez se extendió en el reconocimiento de lo primitivo en nosotros. La desaparición de este horizonte es la base del espontáneo descrédito evidente en el que ha caído Freud. Y la filosofía de Adorno ha caído en este descrédito antes de que se llegara a tomar constancia de ella. Lo que no podemos conocer de la filosofía adorniana –mientras que, a otro nivel, lo conocemos perfectamente– es lo primitivo en nosotros y la primitivización de nuestra propia circunstancia.

¹⁸ Sigmund FREUD, *Totem and Taboo*, en *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*, vol. 13, ed. de J. Stachey, London: Hogarth Press 1995, pág. 130.

11. ELIMINAR A LOS BÁRBAROS DE NUESTRAS MENTES

Adorno ha señalado que periodos enteros de realidad histórica han desaparecido de la conciencia histórica, entre ellos la era matriarcal. Pero, frente a las discusiones sobre los pocos artefactos que nos han llegado de esa era infinitamente remota, la desaparición de lo primitivo –lo arcaico y lo barbaro– ha ocurrido ante nuestros propios ojos y en un lapso de tiempo que equivale al curso plausible de una vida. E. H. Gombrich (1909-2011) era de la generación de Adorno, aunque vivió unos treinta años más que él, y sólo en *The Preference for the Primitive*, su última gran obra, se vio obligado a admitir que el tema se le acababa de escurrir entre los dedos: “Este libro trata de una corriente de gusto que llegó a su clímax durante mi vida y que en los últimos años parece haber perdido fuelle”¹⁹. Si Gombrich hubiese entendido lo que estaba ocurriendo podría haber pensado en un título del estilo “Salvar lo primitivo”, puesto que la intención que recorre su libro es mostrar que la pérdida de ese gusto por lo primitivo es inseparable de una creciente incapacidad de diferenciación histórica –un planteamiento que sería profundizado en algunas de las ideas centrales de la *Teoría estética* de Adorno–.

La dinámica que ha consumido la percepción de lo primitivo puede ser objeto de observación porque en muchos aspectos se llevó a cabo de forma auto-consciente; sus huellas son, en efecto, una medida de la conciencia misma. La complejidad del proceso se debe también a que la crítica del concepto de primitivo ha tenido un éxito tan considerable. Durante décadas, guerras y rebeliones anticoloniales han repudiado con éxito la imputación de lo primitivo, y con ella el paternalismo de la suzeranía. En las mismas décadas, la etnografía logró rechazar una aproximación evolucionista que no era sino una proyección del darwinismo a una escala del avance tecnológico en la que los estadios de recapitulación de la filogenia medían el relativo primitivismo de los demás pueblos en comparación con la mente occidental, más avanzada tecnológicamente²⁰. El distinguido historiador Peter Brown condensa toda esta transformación cuando, en su libro *The Rise of Western Christendom*, se refiere críticamente a la figura del bárbaro, escribiendo que es “par-

¹⁹ E. H. GOMBRICH, *The Preference for the Primitive: Episodes in the History of Western Taste and Art*, London: Phaidon, 2006, pág. 7.

²⁰ Robert GOLDWATER, *Primitivism in Modern Art*, ob. cit., pág. 177.

te del propósito del libro eliminarlos [a los bárbaros] de nuestras mentes, ofreciendo una imagen más verdadera y compleja de lo que ocurrió en este momento”²¹.

Pero si la eliminación de los bárbaros de nuestras mentes ha sido un logro, lo que la ha posibilitado ha sido una dinámica considerablemente distante de su presunta pretensión moral e histórica. La espontaneidad del cotidiano “¿qué quieres decir con 'primitivo?'”, “¿qué quieres decir con 'bárbaro?'”, es demasiado frecuente y se pronuncia con demasiada desenvoltura como para estar motivada por el conocimiento de los estudios medievales o de la feroz historia del odio del colonialista hacia el salvaje. Al contrario, las perceptibles comillas de shock, inevitables en cuanto se usan estos términos, son ellas mismas parte de la tradición colonial, pero su forma de economía y de dominación ha cambiado: estas comillas son movilizadas con afán porque son un acto de triunfo sobre el objeto. El gesto se apoya en un nominalismo vernáculo que equivale al rechazo mecánico de cualquier aspecto de un objeto que pudiera reclamar lo universal como la autonomía del propio objeto; ésta es rechazada en tanto que fraudulenta e injusta, ya que pretende reconocer cualquier cosa que pueda interponerse entre el objeto y sus posibles usos. El impulso nominalista es una metodología social, el acto de un sujeto social total, por inconsciente que sea: su propósito es preparar el contenido en cuestión para descomponerlo en partes cada vez más pequeñas y simples que la subjetividad reclama para lograr un control cada vez mayor sobre él. Dichas partes son analizadas cuantitativamente, siguiendo el modelo de una relación de intercambio en la que todas las cosas –incluidas las palabras– son necesariamente equivalentes como meras cantidades, frente a lo que toda suposición de una cualidad inherente a las cosas implica la amenaza de que, si se tomara conciencia de ella, la moneda del reino dejaría de circular, los alimentos desaparecerían de los estantes y los negocios de Main Street bajarían sus persianas y se desvanecerían.

Por tanto la espontaneidad de esas indispensables comillas de shock encarna el bloqueo espontáneo de la espontaneidad: es una instancia de la administración. Si no fuera así, no podría entenderse cómo la lucha de las antiguas naciones coloniales por su liberación acabó enmarañada en un movimiento que las ha sometido como mercados a fuerzas globales que ahora las dominan y despedazan de modo no menos despiadado a como una vez lo hiciera el colonialismo –salvo que ahora es casi imposible movilizarse contra estas fuerzas, reivindicar una oposición a ellas o comprenderlas y saber quién o qué está al frente de las mismas–. El proceso

²¹ Peter BROWN: *The Rise of Western Christianity*, 2ª edición, London. Blackwell, 2003, pág. 7.

burocrático que ordena evitar la propia palabra de lo “primitivo”, como si nada menos que una luz disolvente fuera a surgir de las tinieblas para compensar la injusticia cometida contra las tierras oscuras, es el gesto que quiere fijar de una vez por todas el primitivo tabú de lo primitivo. Su alianza comercial resulta manifiesta por la injusticia que inflige a lo primitivo, a lo informe y a lo indomado en nosotros, sin cuyo impulso indiferenciado no existiría la capacidad de hacer lo correcto y ninguna persona o nación podría obrar según el impulso moral con esa espontaneidad con la que podríamos sentir por un momento que somos nosotros mismos²². Si hasta hoy el progreso ha sido regresión, el verdadero progreso requiere a su vez regresión; el pensamiento y la decisión intencionados, la tenacidad capaz de diferenciar, no tienen otro recurso y requieren nada menos que lo que Adorno, en la *Dialéctica negativa*, llamaría el “impulso adicional” [*das Hinzutretende*], algo tan primordial como el animal que se niega a dar un paso más²³. La escritura victoriana, con su asombrado “¡cómo te atreves!”, permite una libertad de pensamiento considerable en comparación con el lema del nuevo Musée du Quai Branly que, al heredar los contenidos del Trocadéro, prefirió suprimir lo que Picasso viera una vez en los fondos de dicho museo a favor de una ulterior espiritualización del intercambio: “*Les cultures son faites pour dialoguer*”. “Dialoguer”: la palabra como comercio. Esto es todo lo que pueden hacer las culturas si se insiste, como insiste incessantemente este museo, en la equivalencia de todas las culturas, como si hubiera alguna base en la historia que nos permitiera decir que toda cultura es cultura, como si todo lo que hubiéramos sabido alguna vez fuera una libertad lograda.

12. MUNERA PULVERIS

Tal vez el reconocimiento de la pérdida de comprensión sobre lo primitivo en nosotros sea la única perspectiva desde la que podamos entender, no sólo la industria cultural, sino también la urgencia de la filosofía de Adorno –es decir, el posible reconocimiento de la privatización de la vida que encontramos en ella– y cómo es que su contenido rebasa hoy nuestro horizonte de comprensión. Se trata del punto en el que, al estudiar su obra, nuestra atención flaquea pese al deseo de concentrarse. Y, en el cierre de nuestra discusión sobre lo que podemos y no podemos

²² Theodor W. ADORNO, *Negative Dialectics*, trad. de E. B. Ashton, New York: Continuum, 1973, pág. 222.

²³ Theodor W. ADORNO, *History and Freedom*, trad. de R. Livingstone, London: Polity Press, 2007, págs. 229-238.

pensar —y sobre aquello en lo que podemos y no podemos concentrarnos—, esto nos lleva a un comentario de Walter Benjamin, que una vez escribió que la fuerza de concentración ha decaído junto con la desintegración de la idea de eternidad. Adorno nunca hubiera escrito esta línea, no de esta manera. Pero habría estado plenamente de acuerdo con Benjamin en que la capacidad de pensar, la fuerza de concentración, depende de su objeto y de la coherencia de éste. Ambos habrían insistido en lo que está en juego cuando, en un texto antiguo e inverosímil en este contexto, El-Honrado-Mundialmente, el Buda, concluye una oración en el *Rose Sutra* y entra en “el lugar de los significados inconmensurables. Contemplando este momento, todos los que están reunidos, tanto humanos como inhumanos, monjes, legos y criaturas divinas, “habiendo obtenido lo que nunca tuvieron antes, se llenaron de alegría y, juntando las palmas de sus manos, miraron larga y fijamente al Buda con una sola mente”²⁴. Debe ser la misma realidad la que —en otras palabras— exige a la mente su unicidad, incluso su unicidad colectiva, su poder de identidad, su propia fuerza como una capacidad de concentración incluso en sus ilusiones, una unidad que la mente difícilmente podría crear por sí misma, al igual que nuestros pies no pueden producir la gravedad debajo de ellos.

Si esto es así, para completar el experimento en la filosofía de la primacía del objeto que ha sido este ensayo, leamos los informes sobre la inundación sin precedentes que, en agosto del 2002, dañó y destruyó distintos museos y sus colecciones por toda Europa central; usemos el espontáneo desinterés que uno podría tener por esos informes, por la lejanía de los lugares que menciona, por unos sucesos acaecidos hace varios años como una medida de la incapacidad para sentir una transformación que se ha producido al alcance de nuestra mano y en los días en que hemos vivido, que ya no son días de ninguna época reconocible; por tanto: el S.O.S. enviado desde el Museo de Bohemia central —un conocido museo de la República Checa—, diciendo que “los edificios estaban completamente cubiertos de agua [...], las exposiciones permanentes totalmente destruidas”; el mensaje del Castillo de Liběchov, “anegado hasta el segundo piso, el complejo entero, incluido el parque, está totalmente devastado”; el mensaje del edificio de los Inválidos en Praga, en el que el “inmenso archivo de arquitectura y el archivo de historia de la tecnología y la industria han quedado completamente inundados”; el mensaje de la Sinagoga de Pinkas, también en Praga, donde las “inscripciones recientemente

²⁴ *The Rose Sutra*, trad. de Burton Watson, New York: Columbia University Press, 1993, págs 5 y 6.

renovadas en las paredes, conmemorando a las víctimas del Holocausto, han sido destruidas hasta la altura de dos metros”²⁵. En reconocimiento de los cientos y a veces miles de años durante los cuales las principales ciudades se establecieron en las orillas de los ríos, en sus confluencias y a lo largo de los litorales, junto a las brisas costeras y sus ritmos; y al tratar de comprender, como debemos hacer hoy, que en un futuro cercano muchos de estos sitios –entre ellos Nueva Orleans y Bangkok, y los innumerables museos son lo más y lo menos importante de esto– habrán desaparecido parcial o completamente, el pensamiento se revela intolerable para sí mismo. No se trata de la pérdida de concentración por la desaparición de la eternidad, aunque también es eso, sino de la pérdida de la posible continuidad y coherencia de la verdad histórica –de modo que, al buscar su fisonomía contemporánea, no es posible encontrar ninguna indicación de lo que pueda significar lo *primitivo* o que permita comprender por qué nadie se molestaría con esta palabra, que roza tan cerca de una herida. Hemos cruzado un umbral, no del sueño, sino de algo de lo que ya no podremos despertarnos. La cuestión ya no es tratar de evitar un punto de inflexión en los próximos ocho o veinte años, sino lo que podría salvarse en la emergencia absoluta. En este momento, la exasperación ante lo inescrutable de lo primitivo –“¿qué significa esa palabra?”– lo sella herméticamente, y la operación se repite una y otra vez. Estas décadas marcarán la transformación de toda la historia humana, tras la cual toda palabra escrita antes de esa fecha tendrá que soportar una irreversibilidad cargada con una culpa sin precedentes. El tan criticado rechazo de Adorno a escribir poesía después de Auschwitz no concebía que la culpa de la historia pudiera sepultar también la posibilidad de leerla. La percepción de la pérdida de profundidad histórica, si pudiéramos captarla sin el horizonte de comprensión indicado en *El concepto de filosofía*, nos llevaría a comprender el sentido exacto en que la *industria cultural* ciertamente continúa existiendo, pero no como la sección de entretenimiento industrial en la división social del trabajo, sino como la sociedad en su conjunto, al igual que el poder de la primitivización que ha eliminado la posibilidad de su discernimiento histórico. El contenido de la filosofía de Adorno se juega en la distinción entre, por una parte, la identidad como un ojo por ojo –el poder de arrebatar algo de las manos de otro y apoderarse de ello– y, por otra parte, la identidad como la capacidad de hacer que la realidad irrumpa en la mente que la ha dominado. Rescatar lo primitivo de sí

²⁵ H-New Discussion Networks, “First estimate of damage, 30 August 2002”, <http://www.h-net.org/> [8 de octubre de 2011].

mismo y reconciliarse con ello requiere “el esfuerzo inquebrantable de unir la conciencia crítica de la razón y la experiencia crítica de los objetos”²⁶ como una concentración capaz de responder a lo particular, es decir, como la posibilidad de oír una ola doblando sobre una ola, doblando sobre una ola, sin ponerse enfermo.

Traducción del inglés de Sonia Arribas

²⁶ Esta es la idea de la dialéctica negativa. Theodor W. ADORNO, *Hegel: Three Studies*, trad. de Shierry Weber Nicholzen, Cambridge: MIT Press, 1993, págs 9-10.

INDUSTRIA CULTURAL: CONFLICTOS EN TORNO A LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN DE LA CLASE CULTA*

Culture Industry: Conflicts on the Means of Production of the Intelligentsia

CHRISTINE RESCH**
c.resch@soz.uni-frankfurt.de

HEINZ STEINERT***

RESUMEN

Esta contribución intenta recuperar la versión crítica del concepto de “industria cultural” frente a su empleo afirmativo o su rechazo precipitado. Esto se hace señalando primero lo que no es industria cultural y presentando las falsas alternativas. Después se analiza lo que es industria cultural y para ello se identifican los elementos centrales que la definen. Finalmente se desarrolla una adecuada actualización, que será presentada en el último apartado por medio de algunos ejemplos.

Palabras clave: Th. W. Adorno; M. Horkheimer; industria cultural; sociedad del conocimiento; forma de la mercancía; administración; reflexividad; populismo; crítica de la ideología.

ABSTRACT

This paper intends to recover the critical dimension of the concept of "culture industry" against its affirmative use or its hasty rejection. In the first place the authors argue what culture industry is not, and they analyze the false alternative analysis to this concept. Afterwards they try to expose what is culture industry and which are its central features. Finally, the last section of the paper tries to update this concept by analyzing some actual examples.

* “Kulturindustrie: Konflikte um die Produktionsmittel der gebildeten Klasse”, en: A. Demirovic (ed.): *Modelle kritischer Gesellschaftstheorie: Traditionen und Perspektiven der Kritischen Theorie*, p. 312-339. © 2003 J.B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung y Carl Ernst Poeschel Verlag GmbH en Stuttgart. Agradecemos a Christine Resch, coautora del texto, y a la editorial J. B. Metzler por su autorización para la traducción y publicación, que nos gustaría contribuyera al reconocimiento por parte de los lectores en castellano de las importantes aportaciones de H. Steinert al análisis de la industria cultural desde la perspectiva de la Teoría Crítica.

** Goethe-Universität Frankfurt a. M.

*** Sociólogo austriaco fallecido el 20 de marzo de 2011. La muerte le impidió cumplir con el compromiso adquirido de enviar un artículo para este número monográfico de *Constelaciones*.

Key Words: Th. W. Adorno; M. Horkheimer; culture industry; society of knowledge; commodity form; administration; reflexivity; populism; critique of the ideology.

“Industria cultural” es un concepto que se dio a conocer como título de un capítulo de la *Dialéctica de la Ilustración* (1944/47) de Horkheimer y Adorno: ‘Industria cultural – Ilustración como engaño de masas’. El asunto –la producción intelectual siguiendo los imperativos de la forma de la mercancía– ya había sido analizado por ambos autores en trabajos anteriores: los dramas musicales de Wagner¹, la música de jazz², el fanatismo en la política burguesa³, el “neo-clasicismo” de Hindemith⁴. Pero la palabra solo se impuso en el exilio estadounidense. (Por tanto, la experiencia estadounidense solo confirmó lo que ambos autores ya conocían de Europa y su evolución hacia el fascismo.) Industria cultural se consideró a partir de ese momento como un “concepto distintivo” de la Teoría Crítica, pero ya no fue ulteriormente reelaborado ni desarrollado. Sobre esta cuestión volveremos más adelante.

Después de la muerte de Adorno el concepto fue abandonado, revisado y finalmente se le dio la vuelta para convertirlo de un concepto crítico en un concepto afirmativo. Los que hoy tienen una relación positiva con él son aquellos economistas que han establecido la gestión empresarial de la cultura como un ámbito laboral de interés. También los apologetas de la “economía del conocimiento”⁵ pueden sacarle un buen partido.

Por tanto, lo primero que resulta necesario hoy es recuperar el concepto en su versión crítica. Esto lo vamos a hacer en los apartados primero y segundo: “Lo que no es industria cultural” y “Falsas alternativas”, un recorrido por las revisiones y su-

¹ Theodor W. ADORNO, “Notiz über Wagner” (1932), en Id., *Gesammelte Schriften*, 20 tomos, ed. por R. Tiedemann con la colaboración de G. Adorno, S. Buck-Morss y K. Schulz, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1970-1986 (cit. GS y n° de tomo), T. 18, págs. 204-209; Theodor W. ADORNO, “Fragmente über Wagner/Versuch über Wagner” (1939/1952), en Id., GS 13, págs. 7-148.

² Theodor W. ADORNO, “Abschied vom Jazz” (1933), en: GS 18, págs. 795-799; Id., “Über Jazz” (1937), en Id., GS 17, págs. 74-108.

³ Max HORKHEIMER, “Egoismus und Freiheitsbewegung: Zur Anthropologie des bürgerlichen Zeitalters”, en Id., *Gesammelte Schriften*, hg. v. A. Schmidt und G. Schmid Noerr. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1985ss. (cit. GS y n° de tomo), T. 4, págs. 9-88.

⁴ Theodor W. ADORNO, “Ad vocem Hindemith” (1922ss.), en Id., GS 17, págs. 210-246; Id., “Zur gesellschaftlichen Lage der Musik” (1932), en GS 18, págs. 729-777.

⁵ Por ejemplo, Scott LASH y John URRY, *Economies of Signs & Space*, London: Sage 1994.

puestas mejoras a las que se ha sometido el concepto⁶. En el tercer apartado “Lo que es industria cultural” serán identificados los elementos centrales que definen la industria cultural. Como resultado de ello se desarrollará una adecuada actualización, “industria cultural ampliada”, que será presentada en el último apartado por medio de algunos ejemplos.

1. LO QUE NO ES INDUSTRIA CULTURAL

1.1 Industria cultural no es sólo una teoría de los medios de comunicación

Se trata de un malentendido muy extendido: “industria cultural” sería lo mismo que “medios de comunicación”. Bajo este concepto se suele agrupar la televisión, el cine, las revistas, la música pop, en los últimos tiempos también los ordenadores e Internet y cosas parecidas. De entrada habría que ampliar ese concepto de medios de comunicación. La “festivalización” de los centros urbanos forma parte ese concepto tanto como los museos, que se han transformado de dispositivos científicos de recopilación en salas de exposiciones y medios de masas. Las clases, las conferencias y las lecturas poéticas tienen una larga tradición. Resulta provechoso analizar la calle como un medio para actividades políticas y artísticas (manifestaciones, teatro, música, pintura en las aceras). La calle es también un foro para la auto-representación: los patinadores y los equilibristas en monociclos exhiben sus artes, las fiestas y los cafés en la calle son eventos sociales en los que en buena medida se trata de ver y ser visto. Pero la industria cultural comprende, en segundo lugar, más que los medios de comunicación. En cada expresión cultural publicada entramos en contacto con la industria cultural, naturalmente también en la ciencia, la política y el asesoramiento, el diseño, la planificación y la construcción.

Los primeros ejemplos empleados en el capítulo sobre industria cultural de la *Dialéctica de la Ilustración* son las “nuevas edificaciones monumentales” de los “consorcios supranacionales”, “las sombrías viviendas y los edificios comerciales de las desoladas ciudades”, los “centros de hormigón” y los “nuevos bungalós” en las “periferias de las ciudades”, las “pequeñas viviendas higiénicas” individuales y los “apartamentos” en sus “complejos bien organizados”. La arquitectura es industria

⁶ Cfr. al respecto Detlev CLAUSSEN, “Fortzusetzen. Die Aktualität der Kulturindustriekritik Adornos”, en F. Hager y H. Pfützte (eds.), *Das unerhört Moderne: Berliner Adorno-Tagung*, Lüneburg: zu Klampen, 1990, págs. 134-150.

cultural⁷. Los bloques de viviendas en los barrios periféricos y las ciudades satélite con sus correspondientes centros adaptados a la circulación de automóviles, las ciudades de oficinas con sus rascacielos, sus centros comerciales, sus edificaciones de museos y de cárceles, los ferrocarriles subterráneos, los aeropuertos y las autopistas construidas en todo el mundo siguiendo patrones estándar definen lo que es un ser humano y a lo que tiene derecho. Ya al comienzo del texto sobre industria cultural se presentan las dos caras de esta definición material de lo que es un ser humano y lo que le corresponde: la arquitectura es la representación de la dominación en los centros de la administración y en la organización de la vida de los administrados.

En el texto aparecen los automóviles y las bombas que, de la misma manera que el film, mantienen al todo unido “hasta que su elemento nivelador muestra su fuerza en la injusticia misma a que sirve”⁸. Se menciona el teléfono que, en contraposición a la radio, permite a los participantes jugar a ser sujetos. Industria cultural es efectivamente un concepto y una realidad bastante amplios. Es parte del cemento que une la sociedad, reproduce la dominación, es una dimensión de la socialización y de ninguna manera una teoría de los medios de comunicación.

1.2 Industria cultural no es la antítesis del arte eterno

El arte, el arte burgués, surge en un contexto de dominación y ha evolucionado dentro de él: es burgués sobre todo en cuanto (auto-)representación del individuo burgués y de sus problemas de constitución, de sus accesorios (familia, naturaleza) y de su política (revolución, liberación, república, tragedia y su connivencia culpable), pero naturalmente también de su búsqueda de sentido (no en último lugar con ayuda del arte y la religión) y de su entretenimiento (elevado). De este modo el arte es una forma de representación de la dominación burguesa –y su contrario. Siguiendo sus propias leyes, esto es, queriendo ejercitar a fondo todas las posibili-

⁷ Cfr. Christine RESCH, ““Dem deutschen Volk, Staat zeigen”: Das Bundeskanzleramt und die Instrumentalisierung der Nazi-Zeit”, en O. Brüchert y Ch. Resch (eds.), *Zwischen Herrschaft und Befreiung. Politische, kulturelle und wissenschaftliche Strategien*, Münster: Westf. Dampfboot, 2002, págs. 285-297; Christine RESCH y Heinz STEINERT, “Der Potsdamer Platz aus der Perspektive der Kritischen Theorie. Die Widersprüche von Herrschaftsdarstellung – Bescheidenes Großtun als Kompromiss”, en *Ästhetik und Kommunikation*, 116 (2002), págs. 103-107; Heinz STEINERT, “Kulturindustrie in der Architektur: E-U-Kultur und die Autonomie des Publikums”, en *Zeitschrift für kritische Theorie* 10 (2000), págs. 73-87.

⁸ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente* (1947 [1944]), en M. Horkheimer, GS 5, pág. 145 (esta obra se cita a continuación con la página entre paréntesis dentro del texto principal).

dades de configuración con su material correspondiente (instrumentos, tonos, estructuras; colores, líneas, géneros; lenguaje y formas, etc.), se opone al puro uso instrumental. Con todo, no cualquier pintura se presta igualmente para decorar una sala de mostradores, no toda música sirve para clausurar una reunión. En la consigna de “*l’art pour l’art*” se ha vuelto autoconsciente el hecho de que el arte produce un sentido propio, un mundo propio, un contra-mundo, el presentimiento de lo otro, de lo posible. En la industria cultural ese ámbito de liberación es secuestrado, la cultura es funcionalizada completamente.

Pero esto no es algo que le acontezca a la cultura desde fuera, más bien se impone una de las leyes por las que está determinada: la producción según los imperativos de la comercialización (*Warenförmigkeit*). Las instituciones del arte, el negocio de las exposiciones y de los conciertos, el negocio editorial o la ciencia, se organizan de acuerdo con esto. El artista individual se encuentra atrapado en la misma dialéctica: se resiste al control, pero quiere vivir de su arte, por tanto necesita de un público y de la venta. Se resiste, pero termina cediendo a la presión. Crea e innova en confrontación con los encargos, la censura y el mercado, pero no puede sustraerse completamente a ellos y tampoco lo quiere a toda costa. Algunos trabajan a favor de esas condiciones generales, producen en ellas lo que tiene éxito.

El arte se produce en el marco de las condiciones que establece la industria cultural y en confrontación más o menos resistente a ellas. Schönberg representa una forma de reacción a la industria cultural que puede ser catalogada como el último intento de rebelarse contra esa industria. Es un intento de afirmar la autonomía frente a las reglas de la comercialización y de la atención configurada por el mercado que caracterizan la industria cultural. La actitud de Schönberg ha sido descrita como “soledad pública”, una forma de producción artística que se aparta del público de manera intencional⁹. Dado el uso por lo general confuso de los términos “modernidad” y “postmodernidad” puede ayudar a clarificar esos conceptos tener en cuenta que la “modernidad” que interesa a Adorno es esa “soledad pública”. Y en esto consiste la coincidencia con el arte: es la actitud en la que también se basa su producción *teórica*.

En la teoría de la industria cultural se critica que ese modelo de producción artística quede cancelado. Así pues, Adorno no salva el arte, sino que se mantiene

⁹ Heinz STEINERT, *Adorno in Wien. Über die (Un-)Möglichkeit von Kunst, Kultur und Befreiung*, Wien: Verlag für Gesellschaftskritik, 1989 (2ª ed. revisada, Münster: Westfälisches Dampfboot 2003).

fiel a una determinada actitud intelectual de resistencia¹⁰. En el sentido de Adorno esto está próximo a un final del arte, pero no tiene nada que ver con un repliegue de la teoría y una huida hacia lo estético, tal como argumenta Rüdiger Bubner¹¹.

1.3 Industria cultural no es el rechazo del entretenimiento

La crítica de la industria cultural no critica la diversión, sino (entre otras cosas) que ésta no practique de modo suficientemente consecuente el entretenimiento.

Existen un buen número de textos que permiten ilustrar que aquí no se afirma que el arte sea crítico mientras que la cultura popular y la diversión asociada a ella son afirmativas. Adorno se refiere al absurdo, al sinsentido feliz y al arte corporal en el circo como ejemplos de lo “mejor” que ofrece la industria cultural. El entretenimiento consecuente consiste en un relajado “entregarse a la variopinta asociación y al sinsentido feliz”. Sin embargo, este entretenimiento por el entretenimiento, el “verdadero lujo”, por decirlo de alguna manera, es lo que la industria cultural destruye continuamente al añadir a todos los productos “el sucedáneo de un sentido coherente”, que en verdad sólo sirve para justificar la aparición de los di-
vos. Contra esto es contra lo que se dirige la crítica al entretenimiento de Adorno: es un *mal* entretenimiento.

Su reconocimiento del circo pone de manifiesto que Adorno no es un defensor de la alta cultura del espíritu de carácter elitista. La maestría corporal de los jinetes, acróbatas y payasos defiende el arte corporal frente al arte del espíritu. Esto significa, empero, que es oposición de las “clases bajas” contra el privilegio de la cultura.

Por el contrario, lo que verdaderamente se critica, ya lo hemos insinuado, es la instrumentalización populista. De esto deja constancia ya el subtítulo “Ilustración como engaño de masas”. Los destinatarios no son considerados como individuos, sino catalogados en grandes categorías. La captación de los consumidores por la industria cultural se corresponde con la de la administración, es decir, con la categorización de los destinatarios según rasgos que permitan utilizarlos y controlarlos. Como dicen Adorno y Horkheimer, se trata de una “completa cuantificación”:

“Diferenciaciones enfáticas como las de películas de serie A y serie B o de historias en revistas de diferentes gamas de precios *no se derivan tanto del objeto* cuanto

¹⁰ Para un tratamiento extenso de esta cuestión, cfr. Alex DEMIROVIC, *Der nonkonformistische Intellektuelle. Die Entwicklung der Kritischen Theorie zur Frankfurter Schule*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1999.

¹¹ Rüdiger BUBNER, *Ästhetische Erfahrung*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1989.

de que sirven para clasificar, organizar y captar a los consumidores. Para todos se ha previsto algo de modo que no escape ninguno; las diferencias son limadas y propagadas.” (147).

La industria cultural convierte a los destinatarios en masa y luego los engaña respecto a las experiencias relevantes y a un buen entretenimiento, que por cierto se les sigue prometiendo. La gracia de este concepto de masa es sin duda que se utiliza para describir la reproducción acrítica de la sociedad de clases. Las diferencias en los productos son limadas por la industria cultural, pero al mismo tiempo se difunden las diferencias sociales. La crítica de la industria cultural es una crítica del populismo desde la perspectiva de la teoría de clases.

1.4 La crítica de la industria cultural no es un insulto a la despreciada “masa de los receptores”.

Por medio de la “mercantilización” (*Warenförmigkeit*) lo que se critica es la subsunción del arte por la industria cultural, y con ello a los intelectuales que renuncian (voluntariamente) a su autonomía para que sus productos sean vendibles. La teoría de la industria cultural no es una reprimenda al público sino a los intelectuales.

Si reunimos las afirmaciones pertinentes sobre las nociones de recepción y manipulación en el capítulo sobre industria cultural, se ve inmediatamente que en el texto se habla de un proceso general de socialización y no de efectos aislados de determinados programas, géneros o contenidos singulares. De lo que trata es de los seres humanos en el capitalismo, que son utilizados y administrados como fuerza de trabajo y consumidores. En este contexto también son “consumidores de ocio” y están ocupados con instituciones y contenidos de la “cultura” producida para la formación y el entretenimiento. Y viceversa, la industria cultural los acosa con sus productos que han de ser vendidos. Pero en todo ello no hay una correspondencia clara. La industria cultural produce mercancías vendibles y justo esas son demandas por la gente. No es posible asignar aquí la causa y el efecto. Más bien la oferta y la demanda tienen su origen en el estado de una formación social cuyo mecanismo básico es la “mercantilización” (*Warenförmigkeit*).

En ese juego los espectadores no son víctimas pasivas e inconscientes, no son peones confiados e indefensos. Por lo menos están informados sobre la industria cultural. Sin embargo, no tienen demasiadas posibilidades de actuar a partir de lo que han comprendido. Por consiguiente, participan en el juego irónicamente y medio en serio:

“Cualquier niño que se entusiasma con la diferencia entre una serie de la marca Chrysler y otra de la marca General-Motor ya sabe que en realidad esa diferencia es ilusoria.” (148).

“El progreso del entontecimiento no debe quedar a la zaga del coincidente progreso de la inteligencia” (171).

“...el mimetismo coactivo de los consumidores con las mercancías culturales que al mismo tiempo han sido desenmascaradas como tales.” (196).

“...la reducción de la obra de arte a la razón empírica en cualquier momento puede dar un vuelco y convertirse en la locura manifiesta a la que entretanto simulan todavía jugar los *fans* que envían pantalones a Lone Ranger y monturas a su caballo.” (302).

A lo que estas frases hacen referencia no es a una resistencia potente y heroica, pero sí a una autosuperación consciente que, a pesar de todo, no se engaña a sí misma, a un conocimiento de la coacción a la que se está sometido y de las resistencias que hay que reprimir en uno mismo, en última instancia a un participar sólo medio en serio¹².

Independientemente de la valoración de las posibilidades de resistencia existentes (que en aquel momento Adorno consideraba escasas), es importante el modelo teórico de fondo, en el que los sometidos al poder han de colaborar con su propia dominación –por tanto, algo a lo que en principio también pueden negarse. Por más que Adorno lamente el hundimiento del individuo, su teoría todavía sabe del sujeto que, convertido en “público”, en la perspectiva de los medios y sus operadores, es cosificado y eliminado de manera especialmente drástica.

1.5 Industria cultural no es la forma de producción de la economía del conocimiento.

Industria cultural es más que una forma de producción de determinados contenidos, esto es, de contenidos culturales. La forma de hablar de los economistas sobre “la industria cultural” (con artículo) y “las industrias culturales” (en plural) no significa hoy otra cosa que la gestión empresarial y la financiación del teatro, el cine, los museos, la publicidad y el deporte en TV. Y esto no es más que uno de los malentendidos que caracterizan las discusiones sobre la teoría de la industria cultural en la ciencia y en los suplementos culturales. La crítica (“Ellos mismos se

¹² Sobre las diferentes facetas de cómo aparecen los receptores en la teoría de la industria cultural, cfr. Heinz STEINERT, *Kulturindustrie*, Münster: West. Dampfboot, 1998, págs. 150-156.

denominan industrias...”, se dice en la *Dialéctica de la Ilustración*) de la producción social del conocimiento se redefine y se vuelve afirmativa: “la industria cultural” se convierte en un dispositivo con que el que se hace publicidad a favor de la “sociedad del conocimiento”¹³.

2. FALSAS ALTERNATIVAS

Las teorías que se ofrecen como alternativa son resultado de las “falsas acusaciones”. Las diferentes teorías alternativas tienen algo en común: son apropiadas para la auto-representación de los intelectuales. La industria cultural se convierte en un dispositivo por medio del cual la “clase culta” se representa a sí misma, ejerce relaciones públicas y lucha por la hegemonía social¹⁴. Lo vamos a discutir por medio de algunos ejemplos.

2.1 Löwenthal/Marcuse, pero no Kracauer

Leo Löwenthal¹⁵ y también Herbert Marcuse son considerados como aquellos representantes de la Teoría Crítica que habrían mostrado que la cultura no tiene por qué ser necesariamente represiva. La obra de Marcuse *El hombre unidimensional* es acogida como ejemplo de una teoría de la industria cultural “progresista”, en la que éste “no sólo hizo más incisiva la tesis de la industria cultural, sino que al mismo tiempo localizó en el arte popular de masas una cultura de la protesta y anticipó aquello que hoy es movilizadado contra la industria cultural por los defensores de una cultura popular subversiva”¹⁶. A Löwenthal se le alaba su “modelo abierto” que no conoce “límites algunos del sistema determinables inequívocamente, ni

¹³ Que la industria cultural contribuye a establecer una “esfera pública de razonamiento crítico”, como argumenta Rainer ERD (“Kulturgesellschaft oder Kulturindustrie? Anmerkungen zu einer falsch formulierten Alternative”, en R. Erd et al. (eds.), *Kritische Theorie und Kultur*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1989, págs. 216-235) es una temprana versión científica de esa comprensión afirmativa.

¹⁴ Sobre la relación ente industria cultural y hegemonía, cfr. Alex DEMIROVIC, “Rekrutierung von Intellektuellen im Fordismus. Vergleichende Anmerkung zu Horkheimers und Adornos Analyse der Kulturindustrie und Gramscis Analyse der Zivilgesellschaft”, en O. Brüchert y Ch. Resch (eds.), *Zwischen Herrschaft und Befreiung* (ver nota 7), págs. 55-69.

¹⁵ Leo LÖWENTHAL, *Literatur und Massenkultur*, en Id., *Gesammelte Schriften* T. 1, ed. por H. Dubiel, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1980.

¹⁶ Roger BEHRENS, “Popkulturkritik und Gesellschaft. Probleme nach der Kulturindustrie”, en *Zeitschrift für kritische Theorie* 10 (2000), pág. 51.

frontera verificable empíricamente de manera clara ente la cultura popular y el arte”¹⁷.

Sin que sea este el momento de valorar en concreto los logros de estos autores y de realizar una crítica de sus teorías, habría que señalar sin embargo que es Marcuse el que “salva” el arte en un concepto bastante unidimensional y no dialéctico. En su ensayo tardío sobre “La permanencia del arte”¹⁸ se convierte en el defensor de un arte autónomo verdadero, que se vuelve necesariamente “elitista”, como “forma auténtica de oposición a la totalidad de la sociedad”. Al respecto se dice de manera explícita que se trata de un “repliegue a una dimensión en la que lo existente sólo es transformado y superado en la imaginación”. Y llama la atención que la mediación del arte a través de la industria cultural quede fuera de toda consideración. El potencial crítico del arte ya sólo puede ser afirmado en una estética normativa. Y eso es lo que precisamente ocurre en la “La permanencia del arte”. Es una presentación bien elaborada de las normas artísticas burguesas, pero sin un análisis del estatus social del arte en ese momento. En el título de la obra *El hombre unidimensional* queda expresado que el universo de ofuscación es pensado en ella de manera más monolítica en que la *Dialéctica de la Ilustración*. Incluso aunque se consideren las reflexiones sobre la “tolerancia represiva”¹⁹ y los análisis de la dominación realizados en *Eros y civilización*²⁰, en las que las formas de socialización por medio de la industria cultural se convierten en objeto explícito de consideración, no existe motivo alguno para movilizar a Marcuse contra Adorno/Horkheimer o incluso para ponerlo por encima. Lo que se analiza de manera detallada en esa obra son los fenómenos singulares de la industria cultural. Esto vale también para los trabajos de Löwenthal. No es necesario construir en todo esto un enfrentamiento artificial.

Que Siegfried Kracauer no sea propuesto como una alternativa llama la atención sobre el hecho de que una teoría sólo se puede convertir en una contrapro-

¹⁷ Michael KAUSCH, *Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien*, Frankfurt a. M.: Fischer, pág. 238; sobre esta posición, cfr. Udo GÖTTLICH, *Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel von Leo Löwenthal und Raymond Williams*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1996.

¹⁸ Herbert MARCUSE, “Die Permanenz der Kunst” (1977), en Id., *Schriften in 9 Bänden*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1978-1989, T. 9, págs. 191-241.

¹⁹ Herbert MARCUSE, “Repressive Toleranz” (1965), en Id., *Schriften in 9 Bänden*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1978-1989, T. 8, págs. 136-166.

²⁰ H. Marcuse, *Triebstruktur und Gesellschaft. Ein philosophischer Beitrag zu Sigmund Freud* (1957), en Id., *Schriften in 9 Bänden*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1978-1989, T.

puesta cuando en ella es valorada positivamente la cultura pop juvenil. Esto tiene poco que ver con la concepción teórica. Más bien tan solo es una referencia un objeto.

El libro de Kracauer *Jacques Offenbach y el París de su tiempo*²¹, por el contrario, sí representa en efecto una ampliación de la teoría de la industria cultural. Consigue mostrar que la lucha (infructuosa) por la autonomía no es la única manera de relacionarse con la industria cultural. Con sarcasmo e ironía escapa Offenbach a los mecanismos de la industria cultural y reflexiona sobre ellos, al mismo tiempo que los utiliza. Kracauer describe de esta manera una estrategia subversiva en la industria cultural. Asimismo concibe la significación que tienen el sarcasmo y la burla para la democratización de los dominadores y para la gestación de una “situación revolucionaria”. Adorno no estimó esta estrategia (y tampoco el libro de Kracauer). Sin embargo, por medio de este modelo la industria cultural puede ser concebida de manera dialéctica. En la actualidad la única actitud crítica disponible hacia ella es la reflexividad en la industria cultural²².

2.2 Benjamin/Cultural Studies

Walter Benjamin (y Bertold Brecht, ocasionalmente también Umberto Eco) estarían más abiertos a los posibles potenciales subversivos de los receptores. En el contexto de los Cultural Studies se habría mostrado de manera detallada hasta qué punto el público es resistente y por tanto que no se pudo hablar de manipulación. No extraña que casi se haya olvidado a Günter Anders²³. Su crítica de la televisión también es demasiado pesimista para los actuales teóricos de los medios.

El artículo de Benjamin “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”²⁴ es revalorizado como (contra-)teoría crítica frente a la teoría de la indus-

²¹ Siegfried KRACAUER, *Jacques Offenbach und das Paris seiner Zeit* (1937), en Id., *Schriften*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1971-1990, T. 8.

²² Esa estrategia puede ser analizada en muchos ejemplos. Lo hemos hecho de modo más detallado para el jazz y la improvisación y la para la ironía como estrategia del surrealismo; cfr. Heinz STEINERT, *Die Entdeckung der Kulturindustrie oder: Warum Professor Adorno Jazz-Musik nicht ausstehen konnte*, Wien: Verlag für Gesellschaftskritik 1992 (nueva edición revisada, Münster: West. Dampfboot 2003); Id., “Warum Professor Adorno in späteren Jahren vom Surrealismus nichts mehr hielt”, en D. Hoß y H. Steinert (eds.), *Vernunft und Subversion. Die Erbschaft von Surrealismus und Kritischer Theorie*, Münster: West. Dampfboot, 1997, 116-134.

²³ Günter ANDERS, *Die Antiquiertheit des Menschen*, München: C. H. Beck, 1956.

²⁴ Walter BENJAMIN, “Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit”, en Id. *Gesammelte Schriften*, con la colab. de Th. W. Adorno y G. Scholem, ed. por R. Tiedemann/H. Schweppenhäuser. 7 Tomos y supl. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1972-1989, T. 1.2, págs. 431-508.

tria cultural. En él Benjamin argumenta que con la reproductibilidad técnica de las artes va unida una pérdida del aura²⁵ y que con ello surgen posibilidades para una apropiación crítica. Esto es desarrollado tomando como base el ejemplo del cine: el aparataje técnico conduce al espectador a una actitud distanciada y a una posición de evaluador crítico. La obra de arte aurático, por el contrario, con su origen en el ritual religioso, produce sometimiento. La tesis central de Benjamin implica un progreso de la fuerza productiva y una praxis correspondiente de recepción progresista.

Esta teoría se usa para restar fuerza a la tesis de que la industria cultural manipula a las masas. De manera todavía más radical es exagerado y al mismo tiempo desmentido este malentendido en los actuales *estudios culturales*. En los últimos años se han empleado ingentes esfuerzos de política científica para establecer en Alemania los *estudios culturales*. Lo sorprendente en todo ello es que se importen también las recepciones estereotipadas de la teoría de la industria cultural a pesar de la proximidad que existe aquí a los textos primarios. En casi cualquier vademécum que presenta la tradición de los *estudios culturales* encontramos un distanciamiento estereotipado de la industria cultural. La teoría frankfurtiana del arte y la cultura sería elitista. En ella se presupondría un público manipulado que se inserta de manera voluntaria en las relaciones dominantes.

Los *estudios culturales* consideran desde hace tiempo que está probado empíricamente lo que Benjamin todavía concibió como una *posibilidad* que debería tener una correspondencia en los productos. Lo podríamos formular de manera todavía más nítida: los *estudios culturales* entretanto ya sólo conocen las apropiaciones críticas y la insubordinación de los diferentes grupos de receptores. Se investigan fenómenos del ámbito del tiempo libre sobre los que ya no se reflexiona desde el punto de vista de la teoría social. En otros estudios diferentes se investiga el hecho de que el thatcherismo, un populismo autoritario, pudiera establecerse y cómo pudo hacerlo²⁶. Pero los diferentes resultados de estas investigaciones permanecen sin conexión unos al lado de los otros. Una fracción de los *estudios culturales* ha desterrado de sus estudios los aspectos relativos a la dominación. Por eso Adorno les parece tan pesimista.

²⁵ A largo plazo esto resultaría ser un error, como se muestra en Christine RESCH, "Auratische Reproduktion – reproduzierte Aura. Über die Unersetzlichkeit des Museums-Shops für die Kunst", en *Wespennest. zeitschrift für brauchbare texte und bilder*, n° 121, 2000, págs. 285-297.

²⁶ Stuart HALL, *The Hard Road to Renewal. Thatcherism and the Crisis of the Left*, London/New York: Verso, 1988.

Sin embargo, si nos ocupamos de manera más detallada de esos estudios de la recepción podremos mostrar que el “público insubordinado” son los investigadores mismos. Ellos desentrañan la ideología dominante, pero no poseen una posición social que les permita hacer vinculante su visión del mundo. Entonces el *quid* es ciertamente que precisamente los protagonistas de los *estudios culturales* (en la segunda y tercera generación) generalizan su propia forma de vida y con ello su intelectualidad²⁷. Frente a esto la referencia a los “fundadores” de los *estudios culturales* resulta abstracta.

A Richard Hoggart²⁸, Raymond Williams²⁹ y Edward P. Thompson³⁰, que criticaron el determinismo económico, reflexionaron sobre el movimiento obrero como proceso de aprendizaje e incorporaron las experiencias de la clase trabajadora en una teoría marxista de la cultura, se les reduce dejando fuera su orientación materialista fundamental. Ahora todo es cultura y en los estudios falta la dimensión de teoría social. A esto se une que la apropiación de los *estudios culturales* en Alemania sólo comienza cuando ya en los países anglosajones se habían convertido en una etiqueta de la industria cultural para la venta de libros, una etiqueta bajo la que, como corresponde, se agrupan cosas muy diferentes. Se trata del intento tardío de constituir la sociología como ciencia de la cultura³¹.

2.3 Baudrillard y la teoría como acontecimiento de la industria cultural

La “postmodernidad” significa un adiós a la teoría de la sociedad, un despedirse del “gran relato” que se atribuye a Marx y a la Teoría Crítica. Jochen Venus muestra que los “estilos de pensamiento” postmodernos resultan tan convincentes por el hecho de que una autocomprensión cultural de las teorías de la “época industrial” se experimenta como incapaz de alcanzar forma conceptual³².

²⁷ Christine RESCH, *Die Schönen Guten Waren. Die Kunstwelt und ihre Selbstdarsteller*, Münster: Westfälisches Dampfboot, 1999, págs. 94-129.

²⁸ Richard Hoggart, *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments*, London: Chatto and Windus, 1957.

²⁹ Raymond WILLIAMS, *Culture and Society 1780-1950*, London/New York: Columbia University Press, 1958.

³⁰ Edward P. Thompson, *The Making of the English Working Class*, London: Victor Gollancz 1963.

³¹ Rainer WINTER, *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*, Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 2001.

³² Jochen VENUS, “Konjunktur und konjunkturelle Einbrüche postmoderner Medientheorien”, en K. Ludwig, R. Kray y K. Städtke (eds.), *Theorie als kulturelles Ereignis*, Berlin/New York: de Gruyter: 2001, págs. 205-223.

Nada es como era antes. Las teorías de Baudrillard sobre los más diversos asuntos tienen algo en común: están, según Venus, mediadas por la metafórica de un “giro histórico de carácter universal”. Los medios actuales ya no dispondrían de ninguna realidad exterior a ellos mismos, serían pura simulación. Su poder, según este supuesto, se habría vuelto total, yo no sería posible inferir nada respecto a otras relaciones sociales de poder y dominación y la crítica de las ideologías se habría vuelto obsoleta. La tesis de la “quiebra en la historia de la cultura” lleva incorporado un mecanismo hiperbólico. Es preciso estar anunciando permanentemente algo absolutamente nuevo.

La “teoría postmoderna de los medios” posee ella misma el estatus de acontecimiento (de la industria) de la cultura, sirviéndose con maestría de los mecanismos de esa industria. Aunque entretanto su auge estimulado científicamente y mediáticamente ha perdido fuelle, sin embargo se sigue acudiendo a los modelos de pensamiento de Baudrillard cuando se trata de filosofar sobre una guerra que se sustrae a nuestra experiencia (Guerra del Golfo) –con la conclusión de que por ello no ha tenido lugar– o cuando censuras mentales estructuran la elaboración de un acontecimiento, como es el caso de los atentados contra las Torres Gemelas o el Pentágono.

Las declaraciones de Baudrillard sobre los atentados del 11-S son un ejemplo actual de postmodernidad en cuanto “hermenéutica negativa”³³ –teoría cuyo núcleo es un no-comprender. En una entrevista concedida al *Spiegel* en marzo de 2003 se dice del “acontecimiento absoluto” que “ninguna ideología”, “ninguna lucha por una causa” y “tampoco el fundamentalismo islámico” pueden explicarlo. El terrorismo sería como un virus, Bin Laden poseería una “dimensión sobrenatural” y un ataque contra él poseería un carácter “ya casi metafísico”. La “locura inmanente de la globalización” produce “locos” y una “alergia universal contra un orden definitivo”³⁴.

La naturalización de los conflictos sociales y su despolitización, su presentación como algo inexorable, como enfermedad, locura o metafísica, forma parte de los mecanismos más refinados de la dominación. Existe un interés dominante por cultivar la no-comprensión. Los imperativos de la industria cultural sobre la reflexión en torno al 11-S exigieron cautela. El campo de lo que es posible decir se redujo de

³³ Robert SCHURZ, *Negative Hermeneutik. Zur sozialen Anthropologie des Nicht-Verstehen*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1995.

³⁴ Para el entrevistador, Romain Leick, este discurso resulta al parecer todavía demasiado concreto. Le pregunta: “¿Por qué no puede usted aceptar sencillamente que la destrucción del World Trade Center fue un acto irracional y arbitrario de ciertos fanáticos obnubilados?”

manera inusual. Los tabúes y los clichés caracterizaron las declaraciones intelectuales sobre el tema³⁵.

Baudrillard consigue vender como ideas provocadoras los lugares comunes repetidos hasta la saciedad. Por eso su posición cuadra bien con ese acontecimiento de la industria cultural.

2.4 Bourdieu y la competitividad por los índices de audiencia

Pierre Bourdieu ha elaborado en su libro sobre las “distinciones refinadas”³⁶ un contra-programa frente a la Teoría Crítica. Investiga el estatus social vinculado a la predilección por determinadas artes y elimina la interpretación de los contenidos de la cultura. Con el conocimiento oportuno del escenario es posible deducir a partir de esas preferencias una información bastante exacta sobre la ubicación social de una persona.

En esto consiste el núcleo de la tan elogiada teoría de la distribución de preferencias culturales y gustos elaborada por Bourdieu. Los miembros competentes de la sociedad están al cabo de la calle de con qué señales culturales se marca qué pertenencia social y las usan de manera adecuada –tanto activa como pasivamente. Lo que de ninguna manera se explica de este modo es el contenido de cada correspondencia. ¿Por qué un gnomo de jardín es propio de las clases bajas y Marcel Duchamp de las altas? ¿Por qué se podía empujar a las madres marcadas por la música de Mozart a una profunda consternación por medio de “News from Blueport” de Mulligan, por no hablar de los Rolling Stones y “I Can’t Get No Satisfaction”? ¿Por qué a algunos le conmueve el alma el desgarrado “Lover man” de Charlie Parker, mientras que otros lo que oyen aquí es más que nada cómo un borracho con el síndrome de abstinencia comete todos los posibles errores musicales? ¿Por qué se producen guerras de religión entre estilos musicales y sus seguidores y críticos? Con Bourdieu y todo el despliegue teórico y empírico realizado en *La distinción* no es posible avanzar ni un paso en esas cuestiones, que sin embargo están íntimamente ligadas a la problemática que aborda explícitamente. Resulta completamente imposible con el instrumental de Bourdieu analizar un solo acontecimiento artístico

³⁵ Kathy LASTER y Heinz STEINERT, “New York, 11. Sept. 2001: Unsägliches und Unsagbares”, en *Wespennest. zeitschrift für brauchbare texte und bilder*, n° 126 (2002), págs. 90-94.

³⁶ Pierre BOURDIEU, *La distinction: critique social du jugement*, Paris: Minuit, 1979.

desde el punto de vista del contenido o decir algo sobre una posible función crítica del arte³⁷

Aunque su obra es más bien un contra-programa frente a Adorno, Oliver Fahle presenta a Bourdieu como alguien que describe la televisión de manera “aparentemente anticuada” (en comparación con las investigaciones que se realizan en el contexto de los *estudios culturales*) –en forma análoga a la Teoría Crítica– como un “espacio homogeneizado”³⁸. Fahle pone el acento en los puntos comunes de los “teóricos-franceses” con la Teoría Crítica. Sólo ellos habrían hecho efectivo hasta qué punto es verdadera la teoría de la industria cultural de Adorno, pero también que las tesis sólo son verdaderas en relación con la televisión, y tal vez no para el cine de autor. Aquí habría que diferenciar de manera más precisa. El resultado de esta complicada comparación es una trivialización de la industria cultural reducida a una teoría de los medios, que con anterioridad había sido elaborada de manera diferenciada por Bourdieu, Virilio o Baudrillard. Por razones diversas, esta tesis no es sostenible. Y no lo es sobre todo porque Bourdieu no analiza la lógica de industria cultural inherente a la televisión. Al contrario.

*Sur la télévision*³⁹ de Pierre Bourdieu es un ejemplo evidente de hasta qué punto los intelectuales compiten por los índices de audiencia. El asunto de la primera conferencia pronunciada en televisión es una queja sobre los índices de audiencia y la “censura invisible”, como la llama Bourdieu, vinculada a ellos. Sólo se consiguen índices de audiencia con determinados contenidos y formas de presentarlos, viene a confesar. Los prolijos argumentos de los intelectuales no tiene nada que hacer, afirma quien en ese momento pronuncia tal conferencia. Todo esto sucede dentro de la lógica de los índices de audiencia, tal como es aclarado desde el principio. “Cualquiera” debe poder entenderle. Esto le ha obligado en más de una ocasión a simplificaciones y exposiciones aproximativas⁴⁰. Si partimos del asunto, eso no se pudo justificar, dice él mismo⁴¹. Bourdieu no critica la lógica de los índices de audiencia, sino que compete por esos índices dentro de ella.

³⁷ Cfr. sobre esta crítica y como ejemplo opuesto Heinz STEINERT, “Musik und Lebensweise. Warum und wie sich Jazz-Musik eignet, eine soziale Position zu markieren”, en W. Knauer (ed.), *Jazz und Gesellschaft: Sozialgeschichtliche Aspekte des Jazz*, Darmstädter Beiträge zur Jazzforschung, T. 7, Hofheim: Wolke-Verlag, 2002, págs. 105-202.

³⁸ Oliver FAHLE, “Der Zwang zur Ähnlichkeit. Adorno und die französische Medientheorie”, en *Zeitschrift für kritische Theorie*, 11 (2000), págs. 103-126.

³⁹ Pierre BOURDIEU, *Sur la télévision*, Paris: Liber-Raisons d'agir, 1996.

⁴⁰ *Ibid.*, pág. 11.

⁴¹ *Ibid.*, pág. 113.

2.5 Jürgen Habermas y la invención de la verdad moral

Jürgen Habermas, en su trabajo temprano *Historia y crítica de la opinión pública*, ofreció algo así como un examen de la política mediada por la industria cultural, algo que se echa de menos en la *Dialéctica de la Ilustración*. Pero ya en este trabajo, que todavía está bastante próximo a la Teoría Crítica, Jürgen Habermas transita por caminos propios que pronto lo alejarían de las ideas fundamentales de la Teoría Crítica. Más tarde, nada de lo que fue escrito antes de su “Teoría de la acción comunicativa” resistiría a una nueva lectura de Jürgen Habermas. Esto vale tanto para sus propios libros *Historia y crítica de la opinión pública*⁴² y *Conocimiento e interés*⁴³ como para la *Dialéctica de la Ilustración*.

En sus consideraciones sobre la *Dialéctica de la Ilustración* Habermas llega a la conclusión de que la crítica de las ideologías realizada en ella, una crítica consecuente que se ha vuelto autorreflexiva, se dirige “contra el potencial racional de la cultura burguesa misma” y necesariamente conduce a una “contradicción performativa”⁴⁴.

Que Horkheimer y Adorno eran conscientes de la “contradicción performativa” se deduce para Habermas de que los autores practican una “negación determinada *ad hoc*” y renuncian a todo intento de formular una teoría, que “en el nivel de reflexión alcanzado” de todos modos “habría arrastrado hacia un abismo”⁴⁵. La alternativa positiva que Habermas ofrece tiene por el contrario el siguiente tenor:

“Horkheimer y Adorno no hicieron en ese momento ningún esfuerzo por revisar la teoría desde la perspectiva de las ciencias sociales, porque el escepticismo frente al contenido de verdad de las ideas burguesas parecía poner en cuestión los criterios de la crítica de las ideologías. A la vista de este segundo elemento, Horkheimer y Adorno realizaron un movimiento en verdad problemático; de modo similar al historicismo, se entregaron a un desenfrenado escepticismo de la razón, en vez de considerar las razones que permitirían dudar de ese escepti-

⁴² Cfr. el prólogo a la nueva edición de *Strukturwandel und Öffentlichkeit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1990, p. 11-50.

⁴³ Cfr. su revisión “Nach dreißig Jahren: Bemerkungen zu Erkenntnis und Interesse”, en St. Müller-Doohm (ed.), *Das Interesse der Vernunft. Rückblicke auf das Werk von Jürgen Habermas seit “Erkenntnis und Interesse”*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2000, págs. 12-20.

⁴⁴ Jürgen HABERMAS, “Die Verschlingung von Mythos und Aufklärung. Bemerkungen zur Dialektik der Aufklärung - nach einer erneuten Lektüre”, en K. H. Bohrer (ed.), *Mythos und Moderne*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1983, pág. 418.

⁴⁵ *Ibid.*, pág. 427.

cismo mismo. Por este camino quizás se habrían podido colocar los fundamentos normativos de la teoría crítica de la sociedad tan profundamente, que esta no se habría visto afectada por una descomposición de la cultura burguesa como la que se había producido en Alemania en ese momento ante los ojos de todos.”⁴⁶

Habermas no critica la *Dialéctica de la Ilustración* desde la perspectiva de la Teoría Crítica, sino que formula una alternativa, una contra-teoría. En este sentido la teoría de la sociedad ya no es resultado de un análisis de la forma de producción, de las relaciones de dominaciones vinculadas con ella y de las posiciones y contradicciones sociales que se derivan de todo ello. Ya no se reflexiona sobre las condiciones materiales de vida, sino que *Ideas* como “justicia” y “discurso libre de dominación” y la afirmación de la validez universal del derecho y la moral guían la crítica de lo existente. Al mismo tiempo, a través de la fundamentación del reconocimiento por medio de una teoría del discurso (al dejarme interpelar por un argumento de otra persona lo reconozco como alguien en pie de igualdad respecto a la capacidad discursiva) ha diseñado un modelo de política que es claramente una política de intelectuales: el ámbito público de discusión racional es un “permanente panel de discusión” (se ha escuchado denominarlo en plan polémico en un acto público). La crítica reflexiva de la Teoría Crítica es sustituida por la invención de la verdad moral conocida por el “rey filósofo”⁴⁷

3. LO QUE ES INDUSTRIA CULTURAL

3.1 De la cultura de masas a la industria cultural: algo de clarificación conceptual

La expresión “industria cultural” se introdujo en la revisión del capítulo del mismo nombre de la *Dialéctica de la Ilustración*. Adorno informa al respecto:

“La expresión industria cultural se empleó probablemente por primera vez en el libro “Dialéctica de la Ilustración” que publicamos Horkheimer y yo en 1947 en Ámsterdam. En nuestros esbozos previos se hablaba cultura de masas. Sustituimos la expresión por la de “industria cultural” para excluir desde el principio la interpretación que es tan querida por los defensores de la cosa, esto es, que se trata de una cultura que surge de manera espontánea de las masas mismas, de una cultura que es la figura actual del arte popular. [...] La expresión medios de

⁴⁶ Íbid., pág. 429.

⁴⁷ Heinz STEINERT, *Kulturindustrie*, op. cit. en nota 12.

comunicación de masas, que se ha vuelto habitual para denominar la industria cultural, incluso desplaza el acento hacia lo trivial.”⁴⁸

En los esbozos previos el capítulo sobre “industria cultural” lleva por título “El esquema de la cultura de masas”. Con ese título se dio a conocer con posterioridad la “segunda parte” del capítulo sobre industria cultural –formaba parte de los escritos no publicados anteriormente del legado de Adorno, ya no revisados, tampoco reelaborados ya por Horkheimer. Como es conocido, el capítulo sobre industria cultural finaliza con “continuar...” y esto se lleva a cabo en “El esquema de la cultura de masas”. Aquí no se emplea el concepto de “industria cultural” por las razones que más arriba ha explicado Adorno.

Hay indicios claros de que la expresión procede de Horkheimer. En el segundo esbozo del capítulo sobre industria cultural (octubre de 1942), un texto mecanografiado con correcciones a mano⁴⁹, se tacha la expresión “Así se sanciona la tendencia del liberalismo [...]” y se sustituye a mano por “Así sobrevive en la industria cultural la tendencia del liberalismo de conceder vía libre a los que le son eficientes”. La expresión “cultura de masas” se corrigió más tarde en revisiones ulteriores, pero permanece en esa reelaboración sin cambiar. El capítulo es atribuido a Adorno, la reelaboración a Horkheimer, como sabemos a través de Schmid Noerr.

A esto hay que añadir que en la versión alemana de diferentes artículos de Horkheimer escritos antes de la *Dialéctica de la Ilustración* se encuentra la expresión “industria cultural”, aunque la traducción de esos escritos se realizase después de la publicación de la *Dialéctica de la Ilustración*. En las versiones inglesas (“On the Sociology of Class Relations”, 1943; “Art and Mass Culture”, 1941) se habla ya de “cultural industries”, “industrialized culture” y “amusement industry” (traducido como “industria de la diversión”), expresiones que, en contraposición a “cultura de masas”, pertenecen ya al campo semántico del concepto “industria cultural”. Y esto es lo que justamente ocurrió: fueron los términos empleados por Horkheimer y los modelos conceptuales de Adorno los que con la *Dialéctica de la Ilustración* confluyeron en el concepto de “industria cultural”.

Si empleamos como modelo las reflexiones de historia conceptual tal como dispone Adorno (por ejemplo, en los *Excursos sociológicos*, 1956, y en la *Terminología filosófica*, 1973), llama la atención en relación al concepto “industria cultural” que Horkheimer y Adorno no percibieron las transformaciones posteriores del objeto

⁴⁸ Theodor W. ADORNO, “Résumé über Kulturindustrie” en GS 10.1, págs. 337-345.

⁴⁹ Max Horkheimer Archiv, XI 6.4b, pág. 13.

“industria cultural”. El concepto desaparece del pensamiento de Horkheimer y Adorno, aunque lo emplea, ya no lo desarrolla, casi no reflexiona sobre otras configuraciones históricas y tampoco lo utiliza consecuentemente. En la *Teoría estética* (1970) el registro de conceptos no llega a identificar 40 empleos del concepto. Más bien encontramos figuras conceptuales que caracterizaron en los años veinte sus análisis del jazz de nuevo empleadas en los años sesenta cuando habla sobre los Beatles. En un coloquio con Peter Haselberg dice:

Adorno: “Lo que hay que decir contra los Beatles no es tanto algo idiosincrásico, sino simplemente que lo que esta gente ofrece, aquello con lo que la industria cultural en general, la cultura de masas dirigista, nos inunda, si lo consideramos desde el punto de vista de su propia figura objetiva, es algo atrasado. Se puede mostrar que todos los medios de expresión que aquí se emplean y conservan, no son en realidad más que medios de expresión de la tradición degradados que no trascienden en manera alguna el ámbito de lo establecido y que, objetivamente, justo por el agotamiento de todos esos elementos, carecen de la expresividad que ellos mismos se atribuyen y de la que los oyentes fascinados afirman que es algo fascinante.”⁵⁰

El argumento de que los Beatles, como la industria cultural en general, serían “según su propia figura objetiva algo atrasado”, ya la encontramos en los análisis sobre el jazz. Y que el arte autónomo se caracteriza, en contraposición con la industria cultural, por un progreso de las fuerzas productivas, es un argumento central en la *Dialéctica de la Ilustración*. En el pensamiento de Adorno la industria cultural es un fenómeno ahistórico. En más de 50 años no sufre ningún cambio.

Sin embargo, se trata de un concepto que debe ser actualizado. En el último apartado lo haremos bajo el rótulo de “industria cultural ampliada”. Por lo que respecta a la significación fundamental de los conceptos centrales –forma de la mercancía y forma de la administración– y a la perspectiva –reflexividad– no ha cambiado nada. Que deban ser historizados y ampliados en su uso específico no cambia nada respecto a su importancia para una teoría de la industria cultural.

3.2 Determinación por la forma de la mercancía (*Warenförmigkeit*)

Industria cultural es producción intelectual bajo los imperativos de la forma de la mercancía. La expresión industria cultural no se refiere pues a las instalaciones de

⁵⁰ Theodor W. ADORNO/Peter von HASELBERG, “Über die geschichtliche Angemessenheit des Bewußtseins”, en *Akzente. Zeitschrift für Dichtung*, 6 (1965), pág. 493s.

producción. Tampoco se trata simplemente de criticar que la cultura se venda. Horkheimer y Adorno diferencian de manera estricta entre el arte, que *también* es vendido pero posee un carácter *reflexivo* en la producción (usan como ejemplo a Beethoven) y las artes que desde el principio son producidas según los criterios de comercialización.

Lo más frecuente es mostrar tomando como base algunos clichés y estereotipos, que simultáneamente son alabados como novedades, que en realidad responden a los criterios de la mercantilización. Incluso se perdonan ciertas transgresiones de las convenciones porque “en cuanto desviaciones calculadas refuerzan la vigencia del sistema tanto más diligentemente”, como Horkheimer y Adorno ponen de manifiesto en referencia a Orson Welles (153). La “fantasmagoría” wagneriana es interpretada por Adorno como mercancía⁵¹. En ella domina el carácter de exhibición, esto es, lo fenomenal. La magia del fuego se convierte de golpe en el prototipo del futuro letrero de neón. Pero Adorno va más allá, las fantasmagorías wagnerianas tienden a convertirse en un sueño porque el trabajo ha sido desterrado de ellas. Se presentan como si fueran algo que se produce a sí mismo, como aparición absoluta y atemporal. El trabajo socialmente constituido se transforma en un milagro. Esto se podría fácilmente traducir diciendo que se trata de la representación y la reproducción del trabajo alienado, de la fuerza de trabajo como mercancía.

Se podrían citar otros muchos ejemplos. El arte abstracto de gran formato surge en el momento en el que se decoran los grandes vestíbulos y las espaciosas salas de mostradores. Los protagonistas en *Cruelles intenciones* (1999, dirección: Roger Kumble), otro ‘remake’ de *Amistades peligrosas* (1959, dirección: Roger Vadim; 1989, dirección: Stephen Fears), son tan jóvenes como el público que visita los cines, jóvenes con los que, después de la propagación de la televisión, todavía se pueden hacer taquillazos. Resulta ciertamente simplista e inverosímil querer hacer aparecer a los jóvenes como si fueran cínicos en asuntos amorosos, pero los índices de audiencia a pasar de todo han funcionado. La película podría interpretarse como “porno para niños”. El hecho de que los partidos de la liga de fútbol se celebren tres veces por semana (y no sólo en sábado) es una conquista de la televisión privada, que quiere vender los espectadores a la industria publicitaria varias veces. La cantidad y el contenido de las publicaciones científicas no testimonian necesariamente un avance en el conocimiento. Responden a la competitividad, a las presiones a publi-

⁵¹ Theodor W. ADORNO, “Fragmente über Wagner/Versuch über Wagner” (1939/1952), op. cit. nota 1, págs. 82-91.

car por motivos curriculares y a la lucha por obtener atención. Bajo estas condiciones los diagnósticos sociales (“sociedad del riesgo”, “sociedad de las experiencias”, “sociedad informacional”, “sociedad del conocimiento”) resultan ser muy apreciados. Etc., etc.

La mercantilización, y esta es la afirmación que hay que retener, no es nada que se le haga a la producción intelectual desde fuera. Más bien es algo que transforma la cosa, es el elemento central que determina los medios de producción intelectual.

3.3 Configuración administrativa (*Verwaltungsförmigkeit*)

Con el capitalismo y la mercantilización como forma de socialización se corresponde una forma de Estado y de burocracia. Esto se puede estudiar en Max Weber. Con la expansión de la relación de intercambio se amplía también el pensamiento administrativo. Esa lógica la siguen no sólo los aparatos burocráticos estatales o comunales. Pensar en equivalentes es afín a la racionalidad administrativa y se expande de manera tendencial al conjunto de la vida. Adorno y Horkheimer lo llaman el mundo administrado.

La cultura (en sentido enfático) es sustituida por certificados, patentes culturales y titulaciones formalmente iguales, que adquieren el rango de “categorías objetivas” que son signo de estatus y prestigio. La administración evalúa lo administrado según normas que no son inherentes a la cosa misma. Un jefe de negociado del departamento de asilo está tan poco interesado en comprender a los individuos por lo que son ellos mismos como lo puede estar un gestor cultural. De lo que se trata es más bien de planificar y calcular, esto es, de procedimientos esquematizados y de procesos estandarizados.

Si el arte y la cultura fueron y son patrocinados por las administraciones estatal y comunal, esto quiere decir que su subordinación a la lógica del mercado es sólo indirecta. Los debates en torno al “recubrimiento” del edificio del Reichstag por Christo y Jeanne Claude y la instalación “A la población” de Hans Haacke en el mismo edificio muestran que a los artistas se les concede cierta autonomía. Pero las negociaciones son complicadas y largas. Cuando los parlamentarios deciden, no lo hacen en calidad de expertos en arte. La cuestión controvertida (implícita) es qué arte resulta apropiado para la auto-representación del Estado.

La conversión en un escándalo como “despilfarro del dinero de los impuestos” es otro recurso muy extendido y todavía eficaz en los conflictos de política cultural. A la crítica de esos “portavoces del alma nacional” Adorno la califica de vástago

“de aquella técnica totalitaria que quiere mantenerse aprovechando las formas plebiscitarias de la democracia.”⁵² Los artistas conocen este mecanismo y trabajan con él. Provocan a los conservadores para alcanzar, por medio de su propaganda populista, la atención del público liberal.

En los festivales resulta evidente que la cultura se planifica (y se consume) siguiendo las directivas turísticas. La idoneidad para la publicitación comercial de las ciudades y para la competencia entre ellas como emplazamientos es en su conjunto un elemento esencial de la política y la gestión cultural. Toda (pequeña) ciudad que se precie algo se permite el lujo de un museo de arte moderno y fuerza al arte contemporáneo, que en no pequeña medida consiste en acciones, a encajar en los formatos de una exposición. Hay suficientes ejemplos de ello.

Los artistas y otras fracciones de la clase culta no pueden escapar ni la forma administrativa ni a la forma de la mercancía. Adorno comenta escueta y sucintamente esta pretensión ingenua y vacía: “que lo mejor se impone por su propia fuerza no es más que un lema edificante.”⁵³ Sin embargo, es posible relacionarse de manera refleja con la administración como parte de la producción.

Por medio de la expresión “mundo administrado” no sólo se describe una parte de los medios de producción intelectuales. Más bien se trata de la disposición permanente sobre los individuos que son entrenados para instrumentalizarse a sí mismo y definirse a sí mismos en categorías de explotabilidad –o ser excluidos y, en caso extremo, eliminados. El fascismo es el caso ejemplar de pensamiento administrativo –nada que ver con un juego inofensivo, más bien una técnica de dominación avanzada. En la propaganda de guerra, de aniquilación y de exclusión el pensamiento administrativo se convierte en ideología de producción de sacrificios humanos. Así como el anuncio publicitario (en cuanto prototipo de la forma de la mercancía) se transforma en comando y propaganda, del mismo modo la forma administrativa –pensamiento en categorías preestablecidas, jerga que habla de “masas” y bienestar público, incluso de “organismo nacional”– es la condición de toda forma de propaganda (y de la lógica mercantil de los índices de audiencia y de los grupos diana específicos).

La clase culta no sólo está sometida a estas condiciones de producción, tal como hemos mostrado en relación a los trabajadores de la cultura, sino que gestiona acti-

⁵² Theodor W. ADORNO, “Kultur und Verwaltung”, en GS 8, págs. 122-146. Sin decirlo explícitamente, aquí se alude al populismo como política configurada por la industria cultural. Volveremos sobre esto.

⁵³ *Ibid.*, pág. 134.

vamente el “mundo administrado”. Esto es evidente en los correspondientes puestos profesionales en la administración y la política, pero también en la ciencia y el periodismo. Aquí es donde se elabora el vocabulario y se pone a disposición de la sociedad. Esto incluye el pensamiento racista y biologicista, definiciones de “criminales” y “locos”, “delincuentes sociales” y “sobrantes”, “perdedores de la globalización y la modernización”, pero también las identificaciones positivas como “civilización” (en contraposición a “barbarie”), “miembros productivos”, “élite” y en general las pertenencias ventajosas y las “auto-atribuciones”.

Ninguna burocracia sin capitalismo y ningún capitalismo sin burocracia. Por medio de las formas mercantil y administrativa, en cuanto elementos determinantes de la industria cultural, se torna objeto de reflexión el hecho de que esa forma de dominación necesita de una permanente reproducción y aseguramiento. No basta con haberla impuesto económica y políticamente, debe ser cimentada también culturalmente.

3.4 Reflexividad

La perspectiva que caracteriza a la Teoría Crítica es la reflexividad. La ciencia social no está determinada por su objeto, sino por su perspectiva. La sociología es una determinada forma de contemplar las cosas del mundo y de la vida, esto es, reflexividad. Para definir esa perspectiva podemos examinar otras formas de saber sobre la sociedad para ver con más claridad en el contraste. El conocimiento sobre la sociedad producido científicamente no se encuentra aislado. Se construye sobre aquello que los participantes en la sociedad ya saben y se origina en paralelo (y en interacción) con el saber que producen y difunden otras instituciones de producción de conocimiento. Por tanto, por un lado, la sociología tiene que ver con el saber cotidiano sobre la sociedad y, por otro lado, con el saber operativo especializado de diferentes gremios profesionales, especialmente la administración y la política, así como –y esto hay que subrayarlo por su importancia– con la industria de la cultura, desde la publicidad y las *public relations*, el periodismo y la propaganda, hasta el entretenimiento y el arte.

El saber de los expertos y el saber técnico están organizados en nuestra sociedad de manera profesional y se han originado en parte también a partir del empeño por diferenciar contornos profesionales delimitados. Se diferencian del saber cotidiano fundamentalmente por estar codificados de manera bastante explícita y, por ese motivo, por ser transmisibles de manera escolar. Con todos los puestos profe-

sionales está vinculado un determinado saber sobre la sociedad, un saber técnico sobre los procesos laborales y sobre las fuerzas de trabajo que los realizan, un saber técnico también sobre los clientes y sobre cómo se les vende algo y finalmente un saber técnico sobre los competidores y sobre lo que se puede y se deber hacer frente a ellos. Etc., etc. En definitiva el saber sobre la sociedad se elabora y expone en los puestos profesiones que forman parte de la industria de la cultura exclusivamente para trasladarlo a la gente, ya sea como propaganda, ya sea como entretenimiento de naturaleza sencilla o sofisticada. Esa industria es especialmente relevante para nosotros porque entre otras cosas tiene poder sobre el departamento “ciencia” y por lo demás también da a conocer de buen grado hechos sensacionales de carácter científico y autoridades científicas.

El saber sobre la sociedad de las ciencias sociales no se encuentra simplemente en oposición a esas formas de saber que compiten con ellas, sino que participa de múltiples maneras en dichas formas. Los científicos y las científicas sociales son ante todo miembros de su sociedad y en cuanto tales comparten el saber común sobre su funcionamiento. La sociología se identifica con el saber técnico de los expertos en tanto que ha de ser “aplicada”.⁵⁴ Finalmente la sociología se encuentra especialmente vinculada con el saber de la industria cultural en la medida en que éste intenta tomar de la ciencia una parte de sus informaciones y –lo que es más importante– de sus planteamientos. En la medida en que publicamos (de manera oral o por escrito), nos convertimos en una parte de la industria cultural.

Bajo estas condiciones la tarea de las ciencias sociales sólo puede consistir en asegurar la reflexividad. Este es al mismo tiempo el núcleo de la crítica de las ideologías de Adorno y Horkheimer. Es imposible sustraerse a las otras formas de saber, especialmente a las de la industria cultural, tan sólo se las puede convertir en objeto de reflexión. La tarea de la reflexividad es recordar lo que ha desaparecido en las evidencias compartidas. Reflexividad significa nombrar también en las cuestiones del saber los conflictos sociales que están en juego en ellas, y hacer reconocible su origen estructural. De esta manera se puede visibilizar su estrechez de miras y quizás permitir actuar sobre ella. Esto es evidentemente lo más difícil, en la medida en la que estamos involucrados en los conflictos en razón de nuestra pro-

⁵⁴ En este sentido lo que está más institucionalizado son los estudios de mercado y los sondeos de opinión, a lo que se unen las encuestas llevadas a cabo en los más diversos ámbitos al servicio de la planificación y la administración.

pia posición –como eruditos, como trabajadores del conocimiento, como hombres o mujeres, como miembros de un grupo de edad.

4. INDUSTRIA CULTURAL AMPLIADA

La industria de la cultura es, especialmente hoy, la condición básica del saber social. Quien no reflexione sobre ella, será su víctima. La industria cultural es una dimensión de la socialización y afecta a todo científico, verdaderamente a todo científico en su condición de trabajador del conocimiento. En la socialización capitalista a través del mercado, la mercantilización, la administración y la política populista determinan la totalidad de la producción del conocimiento. Esto supone una transformación decisiva de los medios de producción de los intelectuales. La industria cultural viene a coincidir con todo el ámbito de esa producción de conocimiento.

Desde que Horkheimer y Adorno presentaron al final de los años 40 su teoría de la industria de la cultura, han cambiado el estatus social de la clase culta y su estructura interna y con ello la industria cultural misma. Estamos ante un concepto que debe seguir siendo desarrollado para atender a los objetivos actuales.

4.1 Reflexividad afirmativa y crítica

La reflexividad se ha vuelto más difícil, no en último término a causa de que la industria cultural misma se muestra reflexiva en amplios recorridos. Nos suministra el saber sobre sí misma. No nos manipula disimuladamente, sino que deja saber con toda precisión con qué despliegue de medios nos corteja. Las ideologías se hacen acompañar de su crítica. Peter Sloterdijk lo llamó en su día “razón cínica”. La forma clásica de la crítica de las ideología hace tiempo que ha sido cooptada por la industria cultural. Esta se ha vuelto reflexiva y no vacila en hacer explícitas las “manipulaciones que pretende”.

Los esfuerzos llevados a cabo para captarnos son la prueba de la importancia que tenemos. Permitirnos conocer esos esfuerzos es semejante a la publicidad que practicaba el viejo circo ambulante: “La dirección no ha ahorrado ni en gastos ni en esfuerzos”. Esto no tiene nada que ver con el supuesto de todos modos dudoso de que seríamos cooptados por medio de estrategias subliminales e inconscientes. Desenmascaramos el significado de las mercancías culturales, pero queremos ser tratados como el “cliente-rey”, y esto no ha significado nunca que se diga la verdad.

Más bien esperamos que se muestren los enormes esfuerzos que son necesarios para hacernos votar a un determinado candidato, comprar un producto, etc., etc.

Pero cómo funciona la industria cultural lo aprendemos también de otra manera. Los medios –teatro, periódicos, cine, televisión, agencias de publicidad, campañas electorales– son un ámbito atractivo para reportajes y novelas, películas y series. A esto se ha sumado entretanto el popular género de “The Making of...”, así como revistas y libros para *fans*, que se distribuyen con cada producto de éxito. Sabemos más sobre la forma de vida de nuestros “famosos” que sobre nuestros “verdaderos” vecinos y colegas. Y aunque se trate de informaciones falsificadas, también nos enteramos –por otras publicaciones.

De estas o parecidas maneras, intencionadas o no, la industria cultural misma produce una forma de reflexividad. Obtenemos nuestro saber sobre los medios a través de los medios. Ciertamente esto poco tiene que ver con una “reflexividad en cuanto crítica”. Más bien la reflexividad sufre un giro afirmativo. Y esto no ocurre sólo en forma de autorrepresentación de los medios. Prácticamente todas las instituciones disponen de mecanismos de autocontrol consciente que son descritos por los científicos sociales entusiastas como “reflexivos”.⁵⁵

La *reflexividad afirmativa* describe una forma avanzada de dominación: regulación por medio de un permanente y anticipado *feedback*. Los componentes autorreferenciales en los diversos medios ponen un material a disposición de la reflexividad crítica, pero no la constituyen.

La *reflexividad crítica* significa por el contrario analizar los aspectos de dominación que contienen nuestros conceptos e interpretaciones de manera natural. Un tipo de análisis así permite sacar conclusiones sobre las relaciones de dominación y sobre cómo, en no poca medida con esos conceptos e interpretaciones, se impide la liberación social e individual.

4.2 Ejemplo 1: Reflexividad afirmativa en el marketing político

Después de que en los años 90 los socialdemócratas en los EEUU (donde los Demócratas de Clinton pueden tener esta consideración), en Gran Bretaña y en Alemania habían alcanzado el poder, se puso en circulación una palabra mágica en la esfera pública política. Por todos lados se hablaba de “política razonable”, y Tony

⁵⁵ Un buen ejemplo de esta reflexividad afirmativa es la que ofrecen las contribuciones de Beck y Giddens en Ulrich BECK, Anthony GIDDENS y Scott LASH, *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, Cambridge: Polity Press 1994.

Blair consiguió dar plausibilidad a la “tercera vía” en no poca medida poniéndola en relación con los fondos de la vida cotidiana: con motivo del nacimiento de su último hijo declaró que quería buscar una “tercera vía”, no ser ni un padre ausente ni un hombre de casa. Se establecen analogías entre procesos políticos y económicos complejos y experiencias de la familia nuclear, de manera que *cualquiera* los pueda entender.⁵⁶ Esto se corresponde con la lógica de la política populista. También Gerhard Schröder intentó encontrar una etiqueta universal. Este tipo de fórmula debe diferenciarse claramente de las de los partidos que compiten con el propio (incluso cuando la política sea la misma) y debe ser aceptada por “el pueblo”. Schröder tuvo que formular su política (democrristiana) –modernización, privatización, desmonte del Estado social– en términos social(demócratas) y fracasó en el intento:

“El canciller quiere convertir la “sociedad civil” en el distintivo de su política. Pero la mayoría de alemanes no sabe qué significa esa expresión. La asocian con el servicio civil o con una policía sin uniforme. Por eso sería mejor que Schröder hablase de una ‘sociedad con coraje civil’, una sociedad de individuos que se implican.”⁵⁷

“En las encuestas un tercio de los encuestados supone que se trata del “servicio civil” o en todo caso de una diferenciación frente al ejército. De igual manera, el concepto de “Estado activador”, que los científicos gustan de emplear unido a aquel, se interpreta erróneamente. Por lo general los encuestados suponen que el Estado pretende ampliar sus competencias.”⁵⁸

Poco después se comunicó que el canciller había archivado el concepto de “sociedad civil”. Se mantuvo en el ámbito de las ONG y los movimientos de protesta para denominarse a sí mismos.⁵⁹

La propuesta de Ulrich Beck de hablar de una “sociedad con coraje civil” tenía una ventaja decisiva. Podía ser puesta en relación con discusiones conocidas: aumenta la violencia y también “ser espectador es violencia”, los ciudadanos con coraje civil no son meros espectadores, sino que hacen algo. Por lo menos así se

⁵⁶ Una forma muy extendida de esta propaganda es la analogía entre el presupuesto del Estado y el presupuesto familiar.

⁵⁷ Ulrich BECK en *Die Zeit*, 25 de mayo de 2000, pág. 11.

⁵⁸ Elisabeth NIEJAHR en *Die Zeit*, 16 de marzo de 2000, pág. 22.

⁵⁹ Para una clarificación del concepto y una crítica de su uso, cfr. Alex DEMIROVIC, *Demokratie und Herrschaft. Aspekte kritischer Gesellschaftstheorie*, Münster: Westfälisches Dampfboot, 1997, cap. 9 y 10.

proclamaba en las campañas de anuncios. Como en el traducción de la “tercera vía” de Tony Blair, cualquier podía imaginarse que se podía encontrar en una situación similar.

En esta estrategia política hay otra cosa interesante. Aquí se nos comunica de manera abierta que en la política populista lo que importa no son los contenidos, sino una “etiqueta” con la que obtener votos. Si un concepto no puede volverse popular, la clase política escoge otro. Hace tiempo que nos resulta familiar que las deliberaciones sobre qué partido lucha con qué tema por los y las votantes constituyen un elemento más de la campaña electoral. De modo que a nadie sorprende que no se cumplan las promesas electorales. Nadie lo reclama (la ideas análogas de la Unión Cristiano-Demócrata en 2002 eran ingenuas adrede) y todos saben que no va de eso.

La cuestión ya no es cómo se da una envoltura a una política real para adaptarla a la campaña electoral. En la “industria cultural ampliada” la política instrumental y la política electoral son dos ámbitos completamente separados. Una se ejecutada y la otra es representada –cosa que se dice abiertamente. Se nos mantiene informado sobre los eslóganes con los que se nos ablanda –no existe otro ejemplo más claro de reflexividad afirmativa. Los electores responden (de manera adecuada) con el “tedio frente a la política”.

4.3 Crítica del populismo

En la actualidad se han vuelto familiares los tópicos como “democracia mediática”, “*infotainment*” o “*politainment*”. Se suelen utilizar para criticar a los periodistas por haber abandonado su compromiso con el esclarecimiento. Estos tópicos son muy apreciados también cuando se trata de describir las escenificaciones públicas de los políticos, sus competencias para la representación de sí mismos, para ofrecer un “buen show”. La teoría de la industria cultural contiene una teoría política más amplia. Lo que se define como prototipo de cultura bajo las condiciones que establece la industria cultural es la publicidad, que a su vez se convierte de manera fluida en propaganda.

Si se pone en relación el capítulo sobre industria de la cultura con los trabajos de Horkheimer, especialmente con su artículo “Egoísmo y movimiento liberador” (1936), se ve claramente qué quiere decir esto. En ese artículo Horkheimer analiza la agitación política que en la lucha contra los dominadores y con una pretensión de poder invoca de manera instrumental a las masas. Sin emplear el concepto, des-

cribe diferentes expresiones históricas de lo que hemos llamado populismo: el populismo es definido como *forma política*.⁶⁰

Populismo es política bajo las condiciones de la industria cultural

El populismo establece –en contraposición a la política de los intereses– una identificación con una gran generalidad, es política de la identidad. En lugar de intereses se establecen categorías trascendentes que definen la pertenencia y con ello la exclusión social.

En vez de programas políticos, el populismo destaca grandes personalidades singulares, que representan el bien común/la generalidad/el Estado y con las que hay que identificarse.

El populismo constituye un sujeto político pasivo que sólo es interesante en cuanto poseedor de un voto, en cuanto átomo “del pueblo”, con el que se amenaza a la fracción dominante. El individuo es empequeñecido y anulado, pero en su identificación nacional y su pertenencia es parte de una gran totalidad que, en cuanto nación que ha alcanzado autoconciencia, codetermina el curso de mundo.

La industria cultural ampliada, podríamos resumir y acentuar en una fórmula general, es una teoría sobre el populismo estructural en la producción de conocimiento, sobre todo de conocimiento político. Pero es posible generalizar el concepto: por ejemplo, resulta productivo hablar de “populismo del mercado” y “populismo cultural”.⁶¹

4.4 Ejemplo 2: “El debate en torno al libro *The Belle Curve*”

El debate sobre la “Bell Curve” en EEUU⁶² afecta a un punto sensible nacional: el racismo frente a los afroamericanos. Con la fundamentación genética de la menor inteligencia de los negros, los autores Herrnstein y Murray ofrecen una legitimación para la desigualdad social, que al mismo tiempo contiene una consigna para la acción política: los subsidios del estado del bienestar a los desfavorecidos es una “pérdida de dinero”.

⁶⁰ Cfr. Heinz STEINERT, “Kulturindustrielle Politik mit dem Großen & Ganzen: Populismus, Politik-Darsteller, ihr Publikum und seine Mobilisierung”, en *Internationale Politik und Gesellschaft*, 4/1999, págs. 401-413.

⁶¹ Thomas FRANK, *One Market under God. Extreme Capitalism, Market Populism, and the End of Economic Democracy*, New York: Anchor 2000; Jim MCGUIGAN, *Cultural Populism*, London: Routledge 1992.

⁶² Documentado en Russell JACOBY y Naomi GLAUBERMAN (eds.), *The Bell Curve Debate: History, Documents, Opinions*, New York: Times Books, 1995.

En ese debate se aborda la valoración de la desigualdad social y de sus consecuencias. Se trata de las ayudas del estado social y de cómo reducirlas. Herrnstein y Murray utilizan un argumento biologicista para justificar una “élite de capacitados”. También se trata en ese debate de la significación de la historia para la vida actual, de su irrelevancia en comparación con las determinaciones genéticas. Se trata sobre todo de un debate sobre cómo se explica y legitima la hegemonía blanca.

El libro provocó fuertes reacciones. También ellas son destacables. Aquí domina la crítica metodológica (y no de las ideologías) o bien se señalan contradicciones internas en la argumentación. El malentendido cientificista es reproducido. Uno de los conocimientos centrales que se obtiene de este debate es que el racismo actual se oculta tras métodos científicos “duros”. La idea de que las capacidades individuales serían medibles y fundamentarían la posición social que uno ocupa es el trasfondo de la plausibilidad del argumento de la “Bell Curve”. Los críticos tan sólo no comparten el presupuesto de que esto deba ser la consecuencia de un coeficiente intelectual innato. Frente a esto defienden la educación y la formación y siguen manteniendo en alto de esta manera la sociedad del rendimiento.

Sólo el análisis desde el punto de vista de la crítica de las ideologías de estas posiciones adoptadas por los críticos liberales llama la atención sobre la dimensión de política de clases. Los autores y sus críticos se apropian la inteligencia/formación como rasgo de la personalidad y legitiman/reproducen así su estatus social, que sólo sería atribuible a competencias personales, y la ideología dominante de la sociedad del rendimiento y la economía del conocimiento. Que la desigualdad social está justificada y tiene un fundamento racional le resulta a todos igualmente plausible. Sólo la reflexión que la clase culta da por supuesta, esto es, que la “formación” en cuanto característica divide la sociedad justamente, es lo que convierte la crítica en crítica de las ideologías, crítica que sigue siendo necesaria cuando va unida a una teoría de la sociedad.

4.5 Crítica de la ideología

El núcleo de la Teoría Crítica es la crítica de la ideología. El hecho de que se suela definir tan fácilmente a la Teoría Crítica como anticuada tiene también que ver con el hecho de que con la posmodernidad se renunció a la crítica de la ideología por considerarla insuficiente. La “crisis” de la crítica de la ideología se fundamenta por medio del argumento de que todo enunciado (y producto) va acompañado de

la indicación de para qué y para quién es beneficioso. En eso nadie nos quiere engañar, no hay nada más que desenmascarar. La experiencia con la que se fundamenta esta actitud no es nueva y ya fue reflexionada por Horkheimer y Adorno. Que con ello se haya vuelto obsoleta la crítica de las ideologías es una conclusión equivocada. Al contrario, la crítica de las ideologías sigue siendo necesaria, sigue siendo la forma adecuada, sólo que se ha vuelto más complicada.⁶³

La precipitada renuncia a la crítica de la ideología tiene que ver con que la *Dialéctica de la Ilustración* sea leída frecuentemente como teoría sobre el final de la dialéctica y sea interpretada unidimensionalmente como teoría de la conspiración. Contra esta interpretación Ritsert designa y discute cuatro “teoremas centrales de la crítica de la ideología” del capítulo sobre la industria cultural.⁶⁴ La industria de la cultura no es simplemente una gigantesca maquinaria de manipulación. Tanto estar de acuerdo con esta descripción atribuida al concepto, como rechazarla por no apropiada, ambas cosas dan fuera del blanco. Ritsert analiza frente a este tipo de interpretaciones simplificadoras las múltiples contradicciones y las complicadas mediaciones (de contradicciones en sí mismas) reflexionadas por Adorno y Horkheimer en esos teoremas. Muestra por medio de todo esto que la reflexión sobre sociedad desde una teoría de la liberación es necesariamente un pensamiento de crítica de la ideología.

Sólo aquel pensamiento “que no se deja expresar en *operational terms*, sino que tan sólo intenta ayudar a la cosa a articularse en aquel lenguaje que de lo contrario le arrebatara el lenguaje dominante”⁶⁵, sólo ese pensamiento es no ideológico. Esta figura de pensamiento nos resulta familiar. El arte es entonces un lugarteniente de la liberación si se deja proporcionar los problemas por la cosa y no busca codiciosamente la comercialización. Adorno argumenta de manera análoga cuando reflexiona sobre la producción social del conocimiento. Por eso, la crítica de la ideología no es simplemente un análisis de los intereses implícitos (y de todos modos hechos cada vez más explícitos). El pensamiento de la crítica de la ideología presupone más bien un análisis de la dominación. Bajo las condiciones de una industria cultural ampliada que proporciona a la clase culta los medios de producción que ella utiliza como dispositivo para imponer sus pretensiones sociales de hegemonía, sólo se puede hablar de crítica de la ideología, si la clase culta incorpora de manera *auto-*

⁶³ Cfr. Theodor W. ADORNO, “Kulturkritik und Gesellschaft” en GS 10.1, págs. 11-30.

⁶⁴ Jürgen RITSERT, *Ideologie. Theoreme und Probleme der Wissenssoziologie*, Münster: Westfälisches Dampfboot, 2002.

⁶⁵ Theodor W. ADORNO, “Kulturkritik und Gesellschaft”, op. cit., pág. 20.

reflexiva su posición social en cada crítica de un objeto. Que sea esto precisamente lo que no ocurre, lo hemos ilustrado por medio del debate sobre la “Bell Curve”. La crítica de la ideología no se ha vuelto obsoleta, tan sólo se practica demasiado poco.

4.6 Ejemplo 3: Industria cultural y cotidianidad

De la misma manera que la ciencia social, tampoco la cotidianidad es un ámbito de la vida social, sino más bien una perspectiva, esto es, el saber y la habilidad evidentes y no problematizados con los que se hace frente a la propia vida y a las tareas asumidas en la sociedad.⁶⁶ La cotidianidad son los asuntos y los acontecimientos de la vida que se resuelven de manera rutinaria. La industria cultural no está ausente de todo ello, produce el consenso social, presenta las cosmovisiones y nos vincula con formas de pensar. Nos ejercitamos en los modelos de comportamiento aceptados y en las explicaciones de las cosas de la vida. Por medio de la omnipresencia de biologismos se nos familiariza con la necesidad de la tecnología genética, de la que no entendemos nada.

En ocasiones se trabaja para hacer más complicados procesos habituales de la cotidianidad por medio de la industria cultural. El saber ofrecido por ella convierte situaciones solventadas con maestría en sucesos arriesgados que exigen decisiones complejas y producen una demanda de información. Esto se manifiesta del modo más evidente en las numerosas y diferenciadas ofertas de asesoramiento que nos son impuestas.

Consultorías –propiedad y carrera, psicología y salud, pareja y crianza, ordenadores y otras tecnologías, compra y ecología, etc., etc.– troquelan nuestro conocimiento cotidiano con ofertas comerciales. Los consultores estandarizan y disciplinan la vida cotidiana con reglas y saberes estereotipados. La comunicación ordinaria sobre aquello que funciona y lo que no, tal como se negocia en las conversaciones informales (chismes, consejos que se buscan en personas con más experiencia), es sustituida por un canon de normas. A esto se une la ideología según la cual son las habilidades personales las que deciden sobre la posición social que cada uno ocupa. Los asesoramientos son seminarios de formación para una exitosa catalogación e instrumentalización de sí mismo. Todo el mundo es individualmente responsable de su carrera y su salud, de su felicidad en el matrimonio y de que sus

⁶⁶ Hans-Georg SOEFFNER, *Auslegung des Alltags – Der Alltag des Auslegung. Zur wissensoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1989.

hijos no fracasen. Todo se puede aprender y modelar. Cuando algo falla, usted es el culpable, no ha observado de manera suficientemente precisa la única fórmula mágica que garantiza el éxito. Y en cualquier caso vuelve a tener un problema y una necesidad de asesoramiento.⁶⁷

Pero no solo la cotidianidad está cercada por el asesoramiento. A esto se une el asesoramiento de los dominadores –en forma de consultoría política y empresarial. La consultoría es el empresariado de la sociedad del conocimiento, la forma de dominación de la sociedad del conocimiento. En el diagnóstico que afirma que viviríamos en una “sociedad del conocimiento” se expresa la pretensión de hegemonía de la clase culta, pretensión que hace efectiva con su acceso privilegiado a la industria cultural.

4.7 Ejecutivos, asesores y manipulados – el dominio de la sociedad del conocimiento

Por medio de la sociedad del conocimiento se ha universalizado la industria cultural. La mercantilización de los productos culturales se ha convertido en un pretencioso territorio de esperanza para el desarrollo económico. Lo que había sido un fenómeno limitado y observado críticamente con desazón es propagado al menos como fuente de ingresos, cuando no como solución de muchos problemas. En la medida en que la producción se vuelve “inmaterial”, no sólo se origina una insospechada creación de valor en el ámbito de la consultoría y los servicios, sino que al mismo tiempo el mundo se “conecta en red” más allá de todas las fronteras. Desde *Economies of Signs and Space* de S. Lash y J. Urry al análisis en tres tomos de la *Era informacional* y de la *Sociedad red* realizado por M. Castells se considera al conocimiento como la fuerza productiva del futuro.⁶⁸

La idea no es tan nueva. Ya jugó un papel en los años 60 y en el movimiento estudiantil. El asalariado con formación y la intelectualidad científico-técnica proletarizada desarrollarían un móvil común para una orientación socialista. Alvin Gouldner ya señaló con toda claridad la difícil relación entre el trabajo asalariado y

⁶⁷ Arlie Russel HOCHSCHILD habla en este contexto del “espíritu comercial de la vida íntima” (*Das gekaufte Herz. Zur kommerzialisierung der Gefühle*, Frankfurt a.M.: Campus 1990; “Der kommerzielle Geist des Intimlebens und die Ausbeutung des Feminismus”, en *Das Argument* 211, 37 (1995) 5, págs. 667-680).

⁶⁸ Scott LASH y John URRY, *Economies of Signs & Space*, London: Sage, 1994; Manuel CASTELLS, *The Rise of the Network Society/The Power of Identity/End of Millennium: The Information Age T. I-III*, Oxford; Malden, MA: Blackwell 1996, 1997, 1998.

la intelectualidad radicalizada, que obligaría al movimiento estudiantil a realizar algunas experiencias no muy alentadoras.⁶⁹ Al mismo tiempo los estudiantes obtenían su legitimación como vanguardia del hecho de que el componente de conocimiento del trabajo constituido socialmente que ellos representaban sería tan irrenunciable como el componente manual. Ambos debían ser unidos de manera más fuerte.

Desde entonces la modificación que ha sufrido el tema apunta hacia una consideración del trabajo corporal y de la gran industria que se asocia a él como realidades entre insignificantes y cuestionables. En lugar de eso, el futuro descansa en la economía del conocimiento. La evidencia de esta consideración parecía ofrecerse de modo convincente en el cierre de las minas de carbón y de las siderurgias y en el hundimiento de la industria pesada occidental. Después de la conmoción inicial (que incluyó confrontaciones similares a una guerra civil en Gran Bretaña), se sustituyó más o menos exitosamente el trabajo en las cuencas mineras por un trabajo en el ámbito de los medios y de la computación. Cuando finalmente volvió a lucir el sol sobre las cuencas mineras, también parecía demostrada la superioridad ecológica de la sociedad del conocimiento. El hundimiento económico y político de los estados comunistas de obreros y campesinos apuntaba en la misma dirección. Después de la sociedad industrial viene la sociedad de servicios y del conocimiento. El saber exigido se concentra en el manejo experto de Internet y los ordenadores.

El concepto de “sociedad del conocimiento” insinúa –y frecuentemente lo colige explícitamente– que ahora todos han de poseer un conocimiento más amplio y en todo caso mayor. Pero en realidad la sociedad del conocimiento es una sociedad de la expropiación del conocimiento. Funciona gracias a que los expertos en todo y en cada cosa dejan claro a los otros hasta qué punto necesitan su asesoramiento. La comercialización de ese asesoramiento depende justo de que los otros sepan que no saben. La sociedad del conocimiento necesita de manera general conocimiento superficial, justo lo suficiente para saber que se necesita asesoramiento, justo lo suficiente para adquirir aparatos que uno solo no puede dominar.⁷⁰ La sociedad del conocimiento es una sociedad de maestros y asesores. Su materia prima más importante no es, como suele afirmarse, el conocimiento y la información, sino la conciencia de su falta.

⁶⁹ Alvin Ward GOULDNER, *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*, New York: Seabury Press 1979.

⁷⁰ Kathy LASTER y Heinz STEINERT, “Herr und Knecht in der (Un)Wissensgesellschaft”, en *Wespennest. Zeitschrift für brauchbare texte und bilder*, n° 129 (2002), 90-94.

La sociedad del conocimiento descansa en una ofensiva de la clase instruida que se coloca entre los dominadores y los dominados. En la situación actual es esa clase instruida la que lucha por su reconocimiento y lo reclama por medio de sus teorías (en este momento un forzado economicismo y un populismo del mercado), reconocimiento que recibe suficientemente. Se ha impuesto. La experiencia del mundo ha sido reducida por la efectividad de la clase instruida a la experiencia de las instrucciones de uso, que en el caso de los ordenadores son instrucciones de uso especialmente complicadas, pero en definitiva no más que eso.

4.8 La amplitud de la aplicación de la teoría social

La “industria cultural”, tal como hemos argumentado aquí, es un concepto central de la teoría crítica de la sociedad. Pero actualmente, como también hemos mostrado, es mayoritariamente falseada en una versión afirmativa o inmediatamente es totalmente rechazada (y en parte de manera sorprendentemente burda). Esto está relacionado con la situación real. Ya algunos discípulos directos de Adorno ganaron tanto dinero con agencias de publicidad o demoscopia, que bien podían permitirse el lujo de una mala conciencia. Entre tanto, en la mayoría de ellos ha desaparecido la vergüenza. Trabajar en la “industria cultural” es elegante y deseable. Algunos que no son tan altivos (o tan ingenuos) tienen que rechazar la pretensión de la Teoría Crítica de modo agresivo. Para ellos el concepto de “industria cultural” resulta odioso en la misma medida en la que la cosa se ha universalizado. Sólo así es posible explicar la vil malicia con la que a veces se difama a Adorno. En esta situación nos hemos concentrado en mostrar la diversidad de relaciones en las que se encuentra el concepto y en las que fue empleado.

La investigación ha mostrado que con el concepto de “industria cultural”, más allá de una teoría de los medios, se aborda una teoría de la producción del conocimiento bajo las condiciones que marcan la separación del trabajo manual e intelectual. De eso se deduce la crítica de ese saber que es producido y prescrito por especialistas con fines instrumentales. En la diligencia con la que, en cuanto consumidores, nos esforzamos por apropiarnos esa forma de saber, por cuyo empleo se nos promete una renta y una supervivencia, estamos cultivando aquella “pseudocultura” carente de experiencia que diagnosticara Adorno.⁷¹ La reforma de las universidades para los fines de la sociedad del conocimiento, en la que la utilidad instrumental del conocimiento se ha convertido en programa, bloquea uno de los luga-

⁷¹ Theodor W. ADORNO, “Theorie der Halbbildung”, en GS 8, págs. 93-121.

res de la reflexividad crítica. Adaptándose a esto también las ciencias sociales, se vuelven superfluas. Los juristas dominan el empleo instrumental del conocimiento de manera incomparablemente más refinada gracias a una larga tradición y los economistas e informáticos lo hacen de un modo más actualizado y con más estilo. La tarea de las ciencias sociales es la crítica de esa forma de conocimiento y explicarla a partir de las condiciones sociales que la producen.

La relevancia para la teoría social del análisis de la industria cultural nunca fue tan grande como ahora, en la “sociedad del conocimiento”. Tampoco la resistencia frente a ella.

Traducción del alemán por José A. Zamora

LA INDUSTRIA CULTURAL COMO INDUSTRIA DE LA CONCIENCIA: EL ANÁLISIS CRÍTICO EN LAS DIFERENTES GENERACIONES DE LA TEORÍA DE LA ESCUELA DE FRANKFURT

The Culture Industry as Industry of Conscience: The Critical Analysis in the Different Generations of the Theory of the Frankfurt School

BLANCA MUÑOZ*
bmunoz@polsoc.uc3m.es

Fecha de recepción: 31 de julio de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 5 de septiembre de 2011

RESUMEN

En este estudio se analizan los análisis más característicos de uno de los temas esenciales de la Teoría Crítica: las Industrias Culturales. En la *Dialéctica de la Ilustración*, Adorno y Horkheimer situaron en el mismo centro del libro el capítulo que ha sido uno de los inicios teóricos de la investigación sobre el funcionamiento y efectos de unas Industrias dedicadas a la creación y difusión de mensajes y representaciones colectivas que, como consideran las nuevas generaciones frankfurtianas, propagan estrategias ideológicas con fuertes procesos de patologización social. En este sentido, no es de extrañar que se identifiquen e igualen las Industrias Culturales como Industrias de la Conciencia y, en concreto, de la Conciencia Social.

Palabras clave: industrias culturales; Escuela de Frankfurt; Teoría Crítica; conciencia social; alienación; cosificación; fetichismo.

ABSTRACT

This study analyses the characteristic analysis of one of the key issues of Critical Theory: Cultural Industries. In the *Dialectic of Enlightenment* Adorno and Horkheimer placed in the middle of the book a chapter that has been one of the early theoretical research on the operation and effects of some industries dedicated to the creation and dissemination of messages and collective representations that, as considered by the new generations of the Frankfurt School, spread ideological strategies with strong processes of social pathologization. In this sense, it is not surprising to identify Cultural Indus-

* Universidad Carlos III de Madrid.

tries as Industries of the Conscience and, specifically, of the Social Conscience.

Key Words: cultural industries; Frankfurt School, Critical Theory; social conscience; alienation; reification; fetishism.

1. INTRODUCCIÓN: LOS PRECEDENTES CONCEPTUALES

Desde sus comienzos hay un tema recurrente en la investigación de la Primera Generación de la Escuela de Frankfurt: la investigación sobre las nuevas formas culturales que se están generando en el siglo XX por efectos del papel de la tecnología y de la sociedad de masas. No sería posible entender la Teoría Crítica sin considerar sus estudios sobre la Industria de la Cultura como la forma más definitoria de la ideología de la sociedad capitalista. En este sentido, las modificaciones que la economía capitalista experimenta están directamente relacionadas con la acción de una poderosa superestructura que funciona como un mecanismo de relojería y como un dispositivo férreo al servicio de los imperativos de acumulación del capital. Ahora bien, esta observación que podría parecer trivial, sin embargo representa uno de los temas centrales de la investigación sobre la ideología, entendiendo *ideología* en su significado marxiano; es decir, el condicionamiento de la esencia humana mediante procesos de interés y acumulación. En la *Ideología alemana*¹ Marx matiza cómo la psicología se ve modificada y subordinada a las condiciones externas en las que se desarrolla la existencia de los individuos, de aquí que la ideología creará un complejo sistema de valores, actitudes, cosmovisiones y, en general, formas de comprender la realidad en las que prevalecen elementos ajenos al propio pensamiento. No es de extrañar que el autor de *El Capital* considerase que “*el ser social determina la conciencia*”², con ello la interrelación entre sociedad y conciencia quedaba fundamentada en una percepción inadecuada de la sociedad que caracterizaba a lo ideológico. La *mediación* que la ideología efectúa entre *interpretación de la realidad* y *realidad* está en el origen de la reflexión frankfurtiana sobre la Industria de la Cultura entendida como el proceso de procesos de la modificación de las conciencias mediante fenómenos tecnológicos. Sin embargo, antes de entrar en el análisis de la Teoría Crítica será esencial referirnos al hecho según el cual la ideolo-

¹ Karl MARX, *La ideología alemana*, México: Grijalbo, 1972.

² Karl MARX, *Contribución a la crítica de la ideología política*, Madrid: Alberto Corazón Editor, 1978.

gía conlleva otros fenómenos adjuntos como son: *la alienación, la cosificación y el fetichismo*³. Entender la intrínseca relación entre unos y otros procesos nos lleva a comprender el funcionamiento de cómo se distribuye el conocimiento social.

La *alienación* es otro de los conceptos a partir de los que se puede entender en profundidad la acción ideológica. En la *Contribución a la crítica de la ideología política*⁴, Marx desarrolla uno de los textos fundamentales del análisis de la ideología y de la alienación en cuanto relaciones de construcción de la conciencia y las influencias del contexto sobre ella. Afirma Marx:

“... en la producción social de su existencia, los hombres entran en relaciones determinadas, necesarias, independientes de su voluntad, estas relaciones de producción corresponden a un grado determinado de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. El conjunto de estas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad, la base real, sobre la cual se eleva una superestructura jurídica y política y a la que corresponden formas sociales determinadas de conciencia. El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de vida social, política e intelectual en general. No es la conciencia de los hombres la que determina la realidad; por el contrario, la realidad social es la que determina su conciencia.”⁵

El *extrañamiento* de los individuos ante su propia actividad está en los fundamentos de la ideología y de la alienación; no obstante, en el planteamiento marxiano la propia actividad económica y productiva impide una visión objetiva de lo real. De este modo, la ideología altera no sólo la comprensión de la realidad sino la misma realidad. Por tanto, el proceso ideológico *deforma* el conocimiento, *proyecta* sus deformaciones e intereses sobre su percepción de lo real y, asimismo, *oscurece* las relaciones sociales y su comprensión por parte de los individuos. Como considerará Marx: “no es la conciencia de los hombres la que determina la realidad, por el contrario, *“la realidad social es lo que determina su conciencia”*”⁶.

La alteración de las facultades humanas por efectos, sobre todo de “la callosidad del dinero” será uno de los temas permanentes de Marx desde sus obras juveniles hasta sus obras de madurez. Se puede considerar que gran parte de la terminología utilizada por la Teoría Crítica en sus análisis sobre la Industria Cultural proviene

³ Estos conceptos se encuentran explicados a lo largo de toda la obra marxiana, ver fundamentalmente *Contribución a la crítica de la ideología política* (ob. cit.).

⁴ Karl MARX, *Contribución a la crítica de la ideología política*, ob. cit., págs. 41-46.

⁵ *Ibid.*, pág. 42 s.

⁶ *Ibid.*, pág. 43.

del análisis marxiano de la conciencia. La idea central de Marx proviene de la modificación que se produce en la psicología de los individuos, a partir de las influencias del medio sobre el sistema psíquico mediante el poder ideológico del capitalismo. La ideología, por consiguiente, se estructura en un conjunto de fenómenos entre los que se pueden citar: *la cosificación, el fetichismo* y, desde luego, la suma de todos ellos cristalizará en *la falsa conciencia*. Entender el funcionamiento e interrelación entre estos conceptos nos sitúa de manera directa en el posterior postmarxismo de la Escuela de Frankfurt⁷.

El entramado conceptual de *la ideología* nos remite de inmediato a la mutua conexión entre cosificación y fetichismo. Si la alienación puede resumirse en la pérdida de la propia psicología por efectos exteriores y, en el capitalismo, por la influencia de un tipo de economía, se puede considerar la cosificación como un fenómeno paralelo al de alienación, ya que *el sujeto deviene en objeto*. El obrero, el trabajador, el ciudadano... se ven convertidos en simples mercancías, *en cosas*. La dialéctica resulta del extrañamiento de la esencia humana, los objetos cobran vida y existencia humanizándose. Esta es la característica del *fetichismo de las mercancías*. Los objetos se vuelven sujetos y los sujetos se transmutan en objetos. Es el mundo al revés de la economía del beneficio en donde todo está en venta, y en donde la humanización de las mercancías se corresponde con el empobrecimiento de las facultades de los sujetos. En los *Manuscritos de economía y filosofía*⁸ se encuentran los análisis marxianos más relevantes sobre esa pérdida de la propia esencia humana por efectos del dinero. Marx cita una poesía de Shakespeare para establecer su reflexión:

“El *dinero*, en cuanto posee la propiedad de comprarlo todo. En cuanto posee la propiedad de apropiarse todos los objetos es, pues, el objeto por excelencia. La universalidad de su *cualidad* es la omnipotencia de su esencia; vale, pues, como ser omnipotente..., el dinero es el *alcahuete* entre la necesidad y el objeto, entre la vida y los medios de vida del hombre. Pero *lo que* me sirve de mediador para mi vida, me sirve de mediador también para la existencia de los otros hombres para mí. Eso es para mí el *otro* hombre.

*¡Qué diablo! ¡Claro que manos y pies,
Y cabeza y trasero son tuyos!
Pero todo esto que yo tranquilamente gozo,*

⁷ Georgy LUKÁCS analizó estos conceptos en *Historia y conciencia de clase*, México: Grijalbo, 1978.

⁸ Karl MARX, *Manuscritos de economía y filosofía*, México: Grijalbo, 1972.

*¿es por eso menos mío?
Si puedo pagar seis potros,
¿No son sus fuerzas mías?
Los conduzco y soy todo un señor
Como si tuviese veinticuatro patas.
(Goethe: Fausto-Mefistófeles)*

Shakespeare, en el *Timón de Atenas*:
‘¡Oro!, ¡oro maravilloso, brillante, preciosos! ¡No, oh dioses, no soy hombre que haga plegarias inconsecuentes! (Simples raíces, oh cielos purísimos!) Un poco de él puede volver lo blanco, negro; lo feo, hermoso; lo falso, verdadero; lo bajo, noble; lo viejo, joven: lo cobarde, valiente (¡oh dioses! ¿Por qué?) Eso va a arrancar de vuestro lado a vuestros sacerdotes y a vuestros sirvientes; va a retirar la almohada de debajo de la cabeza del hombre más robusto; este amarillo esclavo va a atar y desatar lazos sagrados, bendecir a los malditos, hacer adorable la lepra blanca, dar plaza a los ladrones y hacerlos sentarse entre los senadores, con títulos, genuflexiones y alabanzas; él es el que hace que se vuelva a casar la viuda marchita y el que perfuma y embalsama como un día de abril a aquella que revolvería el estómago al hospital y a las mismas úlceras. Vamos, fango condenado, puta común de todo el género humano que siembras la disensión entre la multitud de las naciones, voy a hacerte ultrajar según tu naturaleza.”...

Shakespeare pinta muy acertadamente la esencia del *dinero*. Para entenderlo, comencemos primero con la explicación del pasaje goethiano.

Lo que mediante el *dinero* es para mí, lo que puedo pagar, es decir, lo que el dinero puede comprar, eso *soy yo*, el poseedor del dinero mismo. Mi fuerza es tan grande como lo sea la fuerza del dinero. Las cualidades del dinero son mis - de su poseedor- cualidades y fuerzas esenciales...”⁹

⁹ Ibid., pág. 177 s.

El desdoblamiento de la personalidad caracteriza el fenómeno de la alienación, porque no sólo deforma el conocimiento de la realidad, asimismo, oscurece y proyecta de forma inconsciente las propias facultades sobre los otros y, especialmente, sobre los objetos. Por ello, la cosificación y el fetichismo se producen de manera inseparable. El individuo se distancia de su propia actividad, de su propia psicología y de los otros individuos. El extrañamiento acabará cristalizando en *la falsa conciencia* con la que los procesos de mercantilización se apoderarán de las conciencias y las consciencias. Marx subrayará la humanización de las mercancías y el elemento socavador y modificador del dinero. La formulación de la teoría de la ideología, en suma, inicia una nueva comprensión de lo real, entendimiento que será recogido por el neomarxismo posterior. La Primera Generación de la Teoría Crítica es indistinguible de los análisis superestructurales de Marx, sin ellos hubieran faltado los conceptos esenciales de la crítica de la Escuela de Frankfurt. Conceptos tales como alienación-enajenación, cosificación, fetichismo o falsa conciencia son imprescindibles no tanto para entender el capitalismo industrial del siglo XIX, cuanto para valorar el capitalismo de Masas y postindustrial surgido en el siglo XX y, lógicamente, en su continuidad con la Globalización contemporánea¹⁰.

Ahora bien, los procesos de conciencia con la llegada de la Sociedad de Masas desde la primera década del siglo XX se vuelven complejos al introducirse la técnica y el conocimiento científico en las estructuras sociales y humanas. La economía de oferta se sustituye por la economía de demanda, la población se organiza en forma de grandes masas colectivas cuyas necesidades son gestionadas con métodos industriales y tayloristas. Es la llegada de una nueva sociedad en la que la alienación toma formas diferentes y planificadas que en fases históricas anteriores. De este modo, afirmará Marcuse:

“...la cultura de la civilización industrial ha convertido el organismo humano en un instrumento más sensible, diferenciado y cambiante, y ha creado una salud social lo suficientemente grande para transformar este instrumento en un fin en sí mismo. Los recursos disponibles exigen un cambio *cuantitativo* de las necesidades humanas. La mecanización y racionalización del trabajo tienden a reducir la cantidad de energía instintiva canalizada dentro del trabajo con esfuerzo (trabajo enajenado), liberando así la energía necesaria para el logro de los objetivos y

¹⁰ Armand MATTELART, *La mundialización de la comunicación*, Barcelona: Paidós, 1998, también *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona: Paidós, 1996 y *La comunicación-mundo*, Madrid: Fundesco, 1993.

dejándola disponible para el libre juego de las facultades individuales. La tecnología opera contra la utilización represiva de la producción de las necesidades de la vida, ahorrando así tiempo para el desarrollo de las necesidades *más allá* del campo de la necesidad y del consumo necesario.

Pero mientras más cercana está la posibilidad de liberar al individuo de las restricciones justificadas en otra época por la escasez y la falta de madurez, mayor es la necesidad de mantener y extremar estas restricciones para que no se disuelva el orden de dominación establecido.”¹¹

2. LA INDUSTRIA CULTURAL EN LA PRIMERA TEORÍA CRÍTICA

Un tema que va a caracterizar a los autores de la Primera Generación, será sin duda su interés por las transformaciones que la cultura ha experimentado con la utilización de la tecnología en la creación, distribución y transmisión de contenidos elaborados con finalidades comerciales. La Industria de la Cultura pasa así a ser una de las señas de identidad del análisis de Benjamín, Adorno, Horkheimer y Marcuse¹². Se puede afirmar que el elemento que unifica fundamentalmente a unos autores con otros, no puede dejar de ser el interés que desde sus comienzos tuvo el Instituto para la Investigación Social sobre la Cultura de Masas y sus efectos sociológicos.

Para situar esta temática vamos a hacer un breve recorrido por los diferentes teóricos de la Escuela, subrayando algunas de sus aportaciones e innovaciones. Desde el punto de vista cronológico será Walter Benjamín el primero de los Frankfurtianos que se interesa por la nueva cultura. En mil novecientos treinta y cuatro Benjamín publica en la Revista de Investigación en Ciencias Sociales (*Zeitschrift für Sozialforschung*) del Instituto de Investigación Social su famoso estudio *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*¹³. En este estudio se van a poner muchos de los contenidos que van a significar el pensamiento de la Teoría Crítica. En los quince puntos que van precedidos de un prólogo y que finalizan con un epílogo, se considerará la posibilidad de la reproducción industrial de la obra de arte. Esta reproducción técnica se relaciona a la vez con la intervención de las masas en

¹¹ Herbert MARCUSE, *Eros y civilización*, Barcelona: Seix Barral, pág. 95.

¹² Raymond GEUSS, *Die Idee einer Kritischen Theorie*, Berlin: Hain, 1987.

¹³ Walter BENJAMIN, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Iluminaciones*, Madrid: Taurus, 1971.

la historia. Así, utilizando conceptos de Hegel, Marx, Paul Valéry, Bertolt Brecht o André Bretón se repasan los cambios que la obra de arte ha experimentado con la aplicación de la técnica a su reproducción para masas.

La fotografía y el cine (Benjamín se centra en el fotógrafo Eugène Atget y en el cineasta Abel Gance) han alterado radicalmente la recepción de la obra artística. El teórico de Frankfurt desarrolla un repaso histórico sobre la función del arte en las sociedades anteriores al industrialismo. Benjamín subraya que en épocas previas el arte tenía una función ritual y religiosa. Lo ceremonial y el culto religioso cumplían el objetivo de acercar a los individuos a la divinidad, con el paso del tiempo el arte perderá su destino ceremonial para pasar a tomar un sentido nuevo unido a la creatividad estética. Aquí, Benjamín introduce uno de los términos fundamentales de su obra: el concepto de *aura*. El *aura* se definirá como *la aparición única de una lejanía*; es decir, la obra de arte contiene un espacio y un tiempo propios que la hacen única e irrepetible en sí misma¹⁴. Para Benjamín, con la reproductibilidad técnica la unicidad de la obra de arte se pierde. El *aura* queda vulnerada, se masifica la contemplación estética y se pierde la reflexión introspectiva que requiere la creación. Como afirmará el teórico crítico, se asiste a una proletarización creciente de la obra de arte, y unida a esta proletarización las masas como si fueran un agujero negro devoran insaciablemente todas las formas culturales, convirtiéndolas en simulaciones y falsificaciones. El fascismo es el mejor ejemplo del uso ideológico de la obra de arte, al estetizar la política y al politizar la estética. El final del estudio benjaminiano acaba con una reflexión sobre la politización del arte en el comunismo. Benjamín apela finalmente a la reconstrucción de la experiencia estética, devolviendo el *aura* a creadores y públicos, y saliendo de las nuevas formas de alienación ideológica de la Sociedad de Masas.

Walter Benjamín abre, pues, la importancia y la fascinación que la Teoría Crítica tendrá sobre la influencia del capitalismo en la cultura. Sin embargo, no debemos olvidar a un autor que será la figura a menudo oculta del aprendizaje teórico de Adorno y Benjamín. Nos referimos a Siegfried Kracauer quien fue profesor de filosofía de Adorno, e inicial estudiante del cine y de los fenómenos de Masas¹⁵. En su libro *De Caligari a Hitler*¹⁶ se encuentran ya muchos de los planteamientos de la

¹⁴ El *aura* es uno de los conceptos fundamentales del análisis estético de Benjamín y también de la Primera Generación de Frankfurt.

¹⁵ Siegfried KRACAUER, *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa*, Barcelona: Gedisa, 2009.

¹⁶ Siegfried KRACAUER, *De Caligari a Hitler*, Barcelona: Paidós, 1985.

posterior Escuela: el autoritarismo, la manipulación colectiva, el uso del inconsciente social, la locura y la demencia política y, en general, ese “ornamento de la masa” que va imponiéndose en las conciencias de la sociedad masificada.

Coincide este año de 1934 y de la publicación del estudio de Walter Benjamín, con el exilio de Max Horkheimer a los Estados Unidos y la creación de un nuevo Instituto de Investigación Social en la Universidad de Columbia en Nueva York. A partir de este momento entramos en una nueva etapa de la Teoría Crítica más centrada en el análisis de la Industria de la Cultura y la Sociedad de Masas. En París (1936) se publicarán los *Estudios sobre la autoridad y familia*¹⁷ de Max Horkheimer. A partir de estos estudios se emprenden un giro nuevo a las investigaciones Frankfurianas sobre sociedad y cultura. La obra central será la publicación de la *Dialéctica de la Ilustración* (1947)¹⁸. Esta obra tiene que considerarse como el manifiesto indudable del estudio de la Industria de la Cultura como *engaño de las Masas*, tal y como Horkheimer y Adorno titulan el capítulo central del libro.

La *Dialéctica de la Ilustración* es una obra contradictoria. Esa contradicción proviene de la discordancia que busca encontrar entre la razón iluminista de la Ilustración y las incoherencias de la sociedad masificada. Para ello, Horkheimer y Adorno se aventuran en un recorrido que va desde la Odisea de Homero hasta la obra del marqués de Sade desembocando en la Industria Cultural para Masas. Es, pues, un itinerario a menudo lleno de paradojas y marcado en exceso por las influencias que el Nazismo ha tenido en la sociedad alemana de los años treinta del siglo pasado. El Siglo de las Luces se juzga como culpable del fascismo y del Nazismo. Las argumentaciones que se dan sobre la Ilustración reflejan las influencias nietzscheanas sobre los autores de Frankfurt. En este sentido, la identificación de Kant con los objetivos utilitarios del capitalismo crea una indebida relación entre ética kantiana e interés burgués. Comentarán Adorno y Horkheimer:

“Las doctrinas morales de la ilustración ponen de manifiesto el desesperado intento de encontrar, en sustitución de la religión debilitada, un razón intelectual para sostenerse en la sociedad cuando falla el interés. Los filósofos, como auténticos burgueses pactan en la praxis con los poderes que según su teoría están condenados. Las teorías son consecuentes y duras; las doctrinas morales, propagandísticas y sentimentales, incluso allí donde su tono es rigorista; o bien son

¹⁷ Max HORKHEIMER, *Estudios sobre la autoridad y familia y otros escritos*, Barcelona: Paidós, 2000, también *Crítica de la razón instrumental*, Madrid: Trotta, 2002.

¹⁸ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Trotta, 1994.

golpes de fuerza, dados desde la conciencia del carácter no derivable de la moral misma, como el recurso de Kant a las fuerzas morales consideradas como un hecho. Su intento de deducir, si bien de forma más cauta que toda la filosofía occidental, el deber de respeto mutuo de una ley de la razón, carece de todo sostén crítico. Es el intento habitual del pensamiento burgués de fundamentar el cuidado, sin el cual no puede existir civilización, de otra forma que a través del interés material y la violencia: sublime y paradójico como ninguno otro antes, y efímero como todos ellos.”¹⁹

La aleatoria forma con la que los teóricos de Frankfurt despachan la ética kantiana comparándola con la visión burguesa del cálculo pragmático sólo puede ser comprendida por la situación de exiliados judíos y de su extrañamiento ante su expatriación en Norteamérica. De aquí que hay una acometida irascible ante la cultura europea y sus planteamientos ilustrados. Pero no únicamente se arremeterá contra la Ilustración, también la cultura popular norteamericana será introducida en el conjunto de críticas a la Cultura de Masas. De nuevo, los autores críticos se van a enfrentar a un totalitarismo, pero esta vez *totalitarismo blando* como es el que se produce en la sociedad norteamericana de consumo y cultura industrializados. La perspicacia con la que Horkheimer y Adorno perciben la creación de un modelo cultural de carácter mercantil suple algunos de los tópicos con los que juzgan a la sociedad norteamericana. No se puede olvidar que *Dialéctica de la Ilustración* es un texto escrito bajo el impacto de la Segunda Guerra Mundial, y ello se observa en las apreciaciones que se hacen sobre la influencia de los pensadores ilustrados en la posterior pseudocultura comunicativa. De todos modos y pese a estas valoraciones de la Ilustración en la *Dialéctica de la Ilustración* se encuentran interesantes observaciones sobre el destino de la cultura en su mutación en cultura industrial. El capítulo central del libro “La Industria Cultural. Ilustración como engaño de masas” debe ser considerada como el origen de muchas de las concepciones posteriores sobre la cultura en el capitalismo.

Para analizar este capítulo será necesario situarnos en el eje central de la Industria Cultural según el cual existe “un continuum” en la totalidad de estructuras de la sociedad industrial, siendo el motivo cardinal *la tecnología aplicada a los procesos creativos*. A partir de esta observación se van a tratar de examinar cómo se condiciona la cultura por el sistema económico. A este respecto se afirmará:

¹⁹ *Ibíd.*, pág. 133.

“La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma. Los automóviles, las bombas y el cine mantienen unido el todo social, hasta que su elemento nivelador muestra su fuerza en la injusticia misma a la que servía. Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual.”²⁰

La ideología se ha tecnificado y su poder y dominación se ha incrementado radicalmente. Adorno y Horkheimer perciben con claridad un hecho indudable; esto es, que al tecnologizarse la ideología ya no estamos hablando sólo de un *proceso superestructural* cuanto de una *infraestructura material* que nos permite estudiar con métodos empíricos y objetivos los efectos de la ideología. Para los teóricos de Frankfurt, la Industria Cultural resulta, al mismo tiempo, una paradoja como industria y como cultura, y nos pone de relieve los mecanismos y estrategias con las que el mercado produce unas mercancías en las que *las cosmovisiones sociales* ejercen el rol principal de dominación y control. La cultura ha devenido en mercancía, y los deseos e intereses en un nuevo tipo de alienación en el que la psicología y la conciencia entran como la parte más necesaria del negocio ideológico²¹. Pero, para los teóricos críticos, el gran significado de esta objetividad de la ideología va a provenir, precisamente, del análisis de los Medios de Comunicación de Masas. La comunicación masificada nos posibilita adentrarnos en la articulación de la ideología en las sociedades de capitalismo avanzado, representando los Estados Unidos el campo sociológico más característico de esta situación.

El exilio de los teóricos de la Primera Generación en Norteamérica les permitió conocer directamente la industrialización de la cultura. La cultura convertida en mercancía y al servicio de la publicidad universal, como afirman Horkheimer y Adorno en la *Dialéctica de la Ilustración*, resulta una auténtica fuerza material en la que se institucionaliza la ideología creando uno de los mecanismos determinantes del capitalismo: la Opinión pública. La sociedad burguesa se estructura organizativa y políticamente sobre el parlamento y la institucionalización de la *publicitas*. En este sentido, el control social va a basarse sobre *los climas de opinión* y la difusión de valores sociales acordes con los procesos de acumulación económica. Tomando de

²⁰ *Ibíd.*, pág. 166.

²¹ *Ibíd.*, págs. 165-203.

Max Weber el concepto de *racionalización*, la racionalización ideológica descansará sobre una Opinión pública en la que se modifica la subjetividad colectiva de manera que la Industria Cultural deviene en Industria de la Conciencia. Adorno y Horkheimer afirmarán:

“Cuanto menos tiene que prometer la industria cultural, menos puede ofrecer una explicación significativa de la vida y más vacua es la ideología que propaga. Aun los ideales abstractos de la armonía y la beneficencia de la sociedad son demasiado concretos en esta época de publicidad universal. Hemos aprendido incluso a identificar conceptos abstractos tales como propaganda de ventas. El lenguaje basado enteramente en la verdad suscita simplemente la impaciencia de llevar a cabo el asunto comercial que supuestamente propone. Las palabras que no son medios parecen sin sentido; las demás parecen ficticias, engañosas. Los juicios de valor se toman bien como publicidad, bien como charla insustancial. Según esto, la ideología se ha vuelto vaga y evasiva y, por tanto, ni más clara ni más débil. Su misma vaguedad, su aversión casi científica a comprometerse a algo que no pueda verificarse, sirve de instrumento de dominación. Se convierte así en promulgación vigorosa y prefijada del *status quo*. La industria cultural tiende a encarar pronunciamientos autoritarios y se erige así en profeta irrefutable del orden preponderante.”²²

El autoritarismo que los autores de Frankfurt conocieron en el Nazismo, en donde las tendencias sadomasoquistas tenían el efecto de crear personalidades adaptadas en la totalidad de su vida a las consignas política dominantes, lo vuelven a encontrar de nuevo en el funcionamiento de los *mass-media* en Norteamérica. No es de extrañar que una obra tan monumental como *La personalidad autoritaria*²³ se publicase en Nueva York y resultase un análisis primordial sobre el carácter dictatorial de las psicologías sociales en sociedades marcadas por lo mercantil y lo publicitario. En estas condiciones, la nueva cultura de masas refleja la tecnologización del autoritarismo. Pero, sobre todo, el entramado de un nuevo modelo cultural se sostiene sobre una ideología antiilustrada e industrial: *la pseudocultura*.

²² Ibid., cfr. también James CURRAN, Michael GUREVITCH y Janet WOOLACOT, *Sociedad y comunicación de masas*, México: F.C.E., 1981, pág. 393.

²³ Theodor W. ADORNO et. al., *La personalidad autoritaria*, Buenos Aires: Proyección, 1967.

La *Pseudocultura* es una de las aportaciones propias de Adorno en el análisis de la Industria Cultural²⁴. En *Televisión y Cultura de Masas*²⁵ los mecanismos simbólicos que articulan las representaciones comunicativas son estudiados por el teórico crítico, para precisar qué tipo de dinámica cultural se difunde a través de los mensajes mediáticos. La definición de Pseudocultura resulta del rebajamiento y la reducción de los contenidos culturales de carácter racional y crítico que se emiten en los Medios de Comunicación de Masas. La trivialización y la insustancialidad se difunden con las siguientes características: la selección de mensajes, la homogeneización de contenidos, uniformidad de los receptores-consumidores, la fragmentación de los mensajes, la moral del éxito como valor fundamental y, por último, la subjetivación irracional de los ciudadanos ante el impacto mediático. A partir de aquí la Pseudocultura se impone como la ideología dominante en la que el ataque a la cultura humanista y clásica será una de sus constantes, pero asimismo la cultura ilustrada se rechaza por anacrónica y superada. En consecuencia, la Pseudocultura se dirige de forma directa a la conciencia. La *cosificación*, la *alienación* y la *falsa conciencia* reaparecen, sólo que ahora revestidas de un poder ideológico nuevo con una tecnología poderosísima y una ciencia que fomenta la aparición de una falsa subjetividad fomentada por el capitalismo tardío.

Para comprender específicamente el análisis de Adorno sobre la Industria Cultural nada más representativa que la investigación sobre la música de consumo y su difusión radiofónica. La producción de Adorno sobre cuestiones musicales es de una gran innovación y complejidad. Sus estudios recogen cuestiones tan diferentes como monografías sobre Mahler. *Una fisonomía musical*²⁶, Berg. *El maestro de la transición mínima*²⁷, ensayos sobre Beethoven, Wagner, Ravel, Weill-Brecht, Schönberg, Webern, Hindemith, Sibelius en libros tan fundamentales como *Impromptus*²⁸, *Reacción y progreso*²⁹ o *Filosofía de la nueva música*³⁰. Sin embargo, dos libros de Adorno son característicos del examen crítico sobre la Industria Cultural de la Música:

²⁴ La *Pseudocultura* se encuentra en castellano en varios estudios de Adorno en "Sociológica", Madrid, Taurus, 1979, y en "Filosofía y superstición", Madrid, Alianza, 1969.

²⁵ Theodor W. ADORNO, *Televisión y cultura de masas*, Córdoba (Argentina): Eudecor, 1966.

²⁶ Theodor W. ADORNO, *Monografías Musicales (Mahler. Un fisonomía musical)*, Madrid: Akal, 2008. págs. 145-315.

²⁷ Theodor W. ADORNO, *Monografías Musicales (Berg. El maestro de la transición mínima)*, Madrid: Akal, 2008. págs. 315-479.

²⁸ Theodor W. ADORNO, *Impromptus*, Barcelona, Laia, 1985.

²⁹ Theodor W. ADORNO, *Reacción y progreso y otros ensayos musicales*, Barcelona: Tusquets, 1975.

³⁰ Theodor W. ADORNO, *Filosofía de la nueva música*, Madrid, Akal, 2003.

*Disonancias*³¹ y *El cine y la música*³². En ellos se encuentran los planteamientos más significativos de la crítica a la utilización empresarial y comercial de la música. Los artículos más representativos serían “*Sobre el carácter fetichista en la música y la regresión del oído*”, “*La música dirigida*”, “*Crítica del ‘Musikant’*”, “*El envejecimiento de la nueva música*”. A partir de estos estudios se pueden encontrar los temas centrales para entender la crítica a la Industria Cultural. Entre estos temas van a estar: la cosificación cultural, el poder material de la ideología, el autoritarismo comunicativo, la industrialización de las conciencias, la anulación de las facultades humanas a través de mensajes mediáticos y, sobre todo, la regresión de las sociedades hacia fases históricas preindustriales. Todas estas características se resumen en uno de los artículos centrales de *Disonancias* que es “*Sobre el carácter fetichista en la música y la regresión del oído*”.

En este estudio Adorno interrelaciona psicología colectiva y música de consumo de masas a partir de la mediación del concepto de *fetichismo*. El fetiche desestructura las relaciones entre *sujetos* y *objetos* de modo que, como ya señaló Marx, todo queda alterado por la lógica de la mercancía capitalista. A este respecto, “la música dirigida”, como define el teórico crítico, fragmenta las capacidades comprensivas de los individuos bloqueando sus actitudes sensitivas e intelectuales. Pero este bloqueamiento es más grave de lo que parece, ya que unifica a los individuos en forma de masas que son uniformadas con una dominación “suave”, pero científicamente administrada. Afirmará Adorno:

“Los oyentes en situación regresiva poseen también muchos puntos comunes decisivos con el hombre que tiene que hallar el modo de matar el tiempo porque no puede dar salida de otro modo a su agresividad, y con los obreros temporeros. Hay que disponer de mucho tiempo libre y de muy poca libertad para llegar a ser un experto de ‘jazz’ o para estar todo el santo día pegado al aparato de radio; y la destreza que se encuentra tan a gusto entre las síncopas como entre los ritmos fundamentales es la misma del mecánico de automóviles que es capaz de reparar asimismo, con toda destreza, el altavoz o la luz eléctrica. Los nuevos oyentes se asemejan a los mecánicos, especializados y al mismo tiempo capaces de aplicar sus conocimientos especiales en los puntos y momentos más inesperados, fuera del trabajo propio de ellos. Pero esta huida de la pura especialización sólo les

³¹ Theodor W. ADORNO, *Disonancias*, Madrid, Rialp, 1966.

³² Theodor W. ADORNO, *El cine y la música*, Madrid, Fundamentos, 1981.

libera aparentemente del sistema. Cuanto más hábilmente se adapten a las exigencias de su momento respectivo tanto más rígidamente se verán sometidos a aquel sistema.”³³

La elaboración ideológica que cosifica las conciencias es la función de las Industrias Culturales. La música de consumo para masas “despolitiza politizando”. Esta paradoja es el contrasentido de esa regresión al que Adorno denomina “masoquismo auditivo”. De aquí la crítica que Adorno hizo de las músicas estandarizadas y del jazz que se presenta como “improvisación” cuando, realmente, no tiene un auténtico sentido de fortuito ni de inesperado. El rechazo adorniano de la música de las orquestas a lo Glen Miller o Benny Goodman no tiene, como han insinuado ladinamente algunos autores, un sesgo elitista sino, sobre todo, el carácter regresivo que actúa en el receptor. El abandono de los ideales de liberación y de justicia es parte de esos efectos regresivos a los que el autor frankfurtiano hacía referencia en su análisis. Las Industrias de la Conciencia, en consecuencia, esquematizan todos los acontecimientos y convierten lo patológico en normalidad, creando unas psicologías sociales en las que la pérdida de las conexiones racionales y causales entre los fenómenos trabaja siempre a favor de una dominación irracional y planificada por los gestores empresariales y políticos de estas Industrias de la Conciencia.

Marcuse será el último frankfurtiano de la Primera Generación. Su fallecimiento en mil novecientos setenta y nueve cierra la etapa fundacional de la Escuela. Si Adorno habló de la *Pseudocultura*, Marcuse se centrará en el concepto de la *Unidimensionalidad* de las sociedades avanzadas. Por *Unidimensionalidad* se entenderá la *Sociedad de la Administración Total*; esto es, una cotidianidad dominada por las formas de consumo y los *mass-media*. Los ciudadanos pasan a ser *consumidores-receptores* en un capitalismo tardío en el que el Estado es una parte más del Mercado financiero y monopolista. En este sentido, *unidimensionalidad* se contrapone a *bidimensionalidad*, entendiéndose por este término el conocimiento de una multiplicidad de puntos de vista, de diferentes formas de entender la realidad y en donde el ciudadano elige racionalmente lo que considera más adecuado con sus intereses; sin embargo, con el dominio y el funcionamiento de la Industria de la Cultura, esta libertad desaparece. Se impone una unidimensionalidad en la que el *best-seller* sustituye y reemplaza a la literatura creativa, el productor estándar y comercial suplanta a la música estética o innovadora, el cine para consumo industrial elimina un

³³ Theodor W. ADORNO, *Disonancias*, ob. cit., págs. 60-61.

séptimo arte de autores personalizados y creadores. De esta forma, la complejidad temática y estática o la profundidad reflexiva e intelectual desaparecen. Se pregunta Marcuse:

“¿Cómo y dónde puede desarrollarse, a escala social, la creatividad individual en una sociedad en la que la producción material es mecanizada, automatizada y regulada cada vez más? Se presentan por sí mismas las alternativas siguientes: 1) o bien la producción material modifica fundamentalmente su carácter y se transforma del trabajo ‘alienado’ en trabajo no alienado; 2) o bien la producción material se divorcia por completo de la individualidad creadora (salvo en lo relativo a la inteligencia y la imaginación tecnológica llamadas a cuidar el aparato productivo), y los individuos son creadores fuera de la producción material³⁴

Las Industrias de la Cultura, para Marcuse, acaban con la creatividad individual. La planificación económica sustituye la cotidianidad de los individuos en la fase postindustrial del capitalismo administrado. En el libro *Crítica de la tolerancia pura*³⁵ Marcuse replantea no sólo conceptos marxianos sino, especialmente, freudianos. La *desublimación represiva* fue uno de los temas más estudiado por el autor crítico. En *Eros y Civilización*³⁶ y en *La vejez del Psicoanálisis*³⁷ se analizarán la socialización de los ciudadanos denominados *unidimensionales*. La socialización en la reciente sociedad deja de aprenderse en los grupos primarios (familia, escuela y grupos de iguales), para ser sustituidos por lo que con posterioridad Habermas considerará con el explicativo término de *integración sistémica*, y con ello quiere definir cómo *los grupos secundarios (mass-media)* integran y adaptan a los individuos a las imposiciones de la Industrias Culturales. Por consiguiente, la integración sistémica resulta ser la adquisición de pautas de conducta mediante la introyección de los valores, comportamientos y modelos que la Industria Cultural ofrece a unos ciudadanos desorientados y confusos. Pero la desublimación represiva implica *la inmediatez de la conciencia y del sentido común* según la que los individuos se integran en *un puro presente* de manera que su percepción de la realidad está siempre en dependencia de las imposiciones y objetivos que establecen los grupos de poder, de interés y de presión comunicativa y mediática. Así, el entendimiento colectivo se constituye

³⁴ Herbert MARCUSE, *Ensayos sobre política y cultura*, Barcelona, Ariel, 1981, pág. 68.

³⁵ Herbert MARCUSE, *Crítica de la tolerancia pura*. Madrid, Editora Nacional, 1977.

³⁶ Herbert MARCUSE, *Eros y civilización*, ob. cit.

³⁷ Herbert MARCUSE, *La vejez del Psicoanálisis*. Buenos Aires, Proceso, 1971.

artificialmente desde los mensajes comunicativos, y de aquí la inmediatez con la que la unidimensionalidad conforma “el sentido común” y la psicología de los ciudadanos, convertidos ahora y en la actualidad en consumidores-receptores. Marcuse comentará:

“Pero mientras más cercana está la posibilidad de liberar al individuo de las restricciones justificadas en otra época por la escasez y la falta de madurez, mayor es la necesidad de mantener y extremar estas restricciones para que no se disuelva el orden de dominación establecido. La civilización tiene que defenderse a sí misma del fantasma de un mundo que puede ser libre. Si la sociedad no puede usar su creciente productividad para reducir la represión (porque tal cosa destruiría la jerarquía del *status quo*), la productividad debe ser vuelta *contra* los individuos; llega a ser en sí misma un instrumento de control universal.”³⁸

La desublimación represiva es uno de los mecanismos psíquicos predominantes de las sociedades de Masas. La permisibilidad que el neocapitalismo deja a los ciudadanos es explicada por Marcuse a través de la desublimación represiva de modo que la pérdida del sentido de cualquier acto social garantice la pervivencia del sistema. La Sociedad de Consumo y los Medios de Comunicación de Masas posibilitan cualquier tipo de actividad incluso cercana a lo ilícito (erotismo, adicciones variadas, acciones corruptas, etc.), sin embargo se permiten estas actividades mientras no entren en contradicción con las estructuras económicas, políticas y culturales del capitalismo tardío. El mercado y sus leyes son los límites de la realidad que no pueden ser traspasados por ningún fenómeno que fomente cambios profundos en la organización capitalista. La *tolerancia destructiva o represiva* se convierte en imprescindible para el funcionamiento de la Industria Cultural. En el fundamental libro marcusiano *Crítica de la tolerancia pura* se comenta:

“El peligro de la ‘tolerancia destructiva’ (Baudelaire), de la ‘neutralidad benévola’ hacia el arte ya se ha reconocido: el mercado, que absorbe igualmente bien (aunque a menudo con repentinas fluctuaciones), arte, antiarte, y no arte, todos los posibles estilos, escuelas y formas en conflicto, proporciona un ‘complaciente receptáculo, un amistoso abismo’.”³⁹

La desublimación represiva acepta a todos los sectores sociales incluido el arte y la creación cultural. Para Marcuse, el hombre unidimensional está caracterizado por esa tolerancia destructiva en la que las más variadas patologías se ejercen como

³⁸ Herbert MARCUSE, *Eros y civilización*, ob. cit., pág. 95.

³⁹ Herbert MARCUSE, *Crítica de la tolerancia pura*, ob. cit., pág. 82 s.

comportamientos “habituales”. Por tanto, la Industria de la Cultura tiene unos efectos psicosociales que proviniendo de la infraestructura que se refleja en la superestructura en su organización de formas ideológicas múltiples; no obstante, en donde mejor se observan los efectos de la Industria Cultural será en los mensajes comunicativos dirigidos a jóvenes y niños. El cine infantil-juvenil, los videojuegos, los comics y, en general, todos los contenidos mediáticos en los que predomina la *integración sistémica* se singularizarán por el feroz ataque a los procesos educativos en los que se enseñen conocimientos humanísticos o éticos de carácter racional y críticos. Nos encontramos con unos estados psíquicos en los que se manipula a los ciudadanos con una *disolución del yo* dramática, puesto que la *identificación* de los individuos con los modelos que ofrecen los *mass-media* demuestra la catástrofe cultural en la que la Industria Cultural ha sumido la totalidad de los aspectos intelectuales y creativos en las actuales sociedades.

Para Marcuse la Sociedad Unidimensional es la sociedad surgida de la Industria Cultural y su control ideológico, de forma que en el Nazismo y en el Fascismo el dominio sobre los individuos dejaba un margen de protesta ante las arbitrariedades y las injusticias. Sin embargo, en la Sociedad de Masas dominada por la poderosísima ideología mediática los consumidores-receptores no tienen resquicios desde los que poder asomarse al exterior de la burbuja ideológica. Los contenidos ideológicos han devenido en contenidos psíquicos; y con ello, la *identificación* de los ciudadanos con las estrategias ha conducido a la peor de las catástrofes: una dominación aceptada en la que los mismos individuos se sienten cómodamente instalados, inconsciente y sumisamente dominados.

3. LA SEGUNDA GENERACIÓN DE LA TEORÍA CRÍTICA, OPINIÓN PÚBLICA E INDUSTRIA CULTURAL

Hasta hace pocos años aún había dudas sobre la existencia de una Segunda Generación de la Teoría Crítica. La desconfianza hacia la existencia de esta Segunda Generación provenía, fundamentalmente, de la multiplicidad de temas y de herencias teóricas de los autores que se clasificaban dentro de esta nueva Generación. Autores como Jürgen Habermas, Claus Offe, Oscar Negt, Axel Honneth o Albrecht Wellmer⁴⁰ se centraban en temas y materias a menudo muy alejados de los que dieron origen a la Escuela de Frankfurt. De todos ellos, quizás, es Jürgen Ha-

⁴⁰ Blanca MUÑOZ, *Modelos culturales*, Barcelona: Anthropos, 2005, págs. 227-295.

bermas quien se ha considerado como el auténtico heredero de la Escuela no sólo por su relación académica con Adorno, sino también por el legado transmitido a las nuevas promociones de filósofos y sociólogos y, en general, de científicos sociales a los que ha influido de manera directa y evidente. Por tanto, pese a las vacilaciones sobre una Segunda Generación, lo cierto es que se puede considerar cierta una continuidad de los planteamientos de Frankfurt sólo que con las variaciones y cambios propios del actual momento histórico.

Partiendo de la convicción de la existencia de una Segunda Generación de Teoría Crítica, Habermas representa la reanudación del pensamiento frankfurtiano después de la Segunda Guerra Mundial. De esta forma, en el análisis de las Industrias Culturales en Habermas hay una relación conceptual que va de un estudio de las contradicciones que desde Kant atormentan al pensamiento racional: legalidad-moralidad, razón instrumental-razón comunicativa y dominio privado-dominio público. De estas dicotomías el autor de *Conocimiento e interés*⁴¹ se va a centrar en la *ideología* entendida desde el punto de vista del concepto de *interés*; es decir, para Habermas, por “interés” hay que entender *las orientaciones básicas adscritas a determinadas condiciones fundamentales de la posible autorreproducción y autoconstitución de la especie humana*. El trabajo y la interacción serán las dos categorías que estructuren tres grandes grupos de intereses de la acción humana: el interés técnico, el interés práctico y el interés emancipativo. Trabajo, lengua y dominio van a establecer relaciones con los conceptos de fuerzas de producción, tradición cultural y legitimación, desarrollando un campo temático en el que el objetivo principal va a ser la aclaración de cómo se organiza y domina *el actual capitalismo tardío*. Sin embargo, antes de entrar en la investigación del capitalismo postindustrial en *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*⁴², el autor neofrankfurtiano va a emprender un examen de la Opinión pública desde su concepción burguesa hasta los *mass-media* en su libro *Historia y crítica de la opinión pública*⁴³.

Para Habermas, el fenómeno ideológico se ha legitimado al convertirse en ciencia y en técnica. Ambas han conseguido integrar al proletariado en los intereses de *la racionalidad instrumental*. Superestructuras e infraestructuras se han unificado en función de una dominación “más aceptable”. En este modelo nuevo de dominación, la acción científica ha ensamblado el ámbito de lo privado y el de lo público a

⁴¹ Jürgen HABERMAS, *Conocimiento e interés*, Madrid: Taurus, 1982.

⁴² Jürgen HABERMAS, *Problemas de legitimación del capitalismo tardío*, Buenos Aires: Amorrortu, 1986.

⁴³ Jürgen HABERMAS, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona: Gustavo Gili, 1982.

través de la actuación de los *mass-media* y su capacidad para conformar a la Opinión pública. Esta última tuvo con la ascensión de la clase burguesa, un relevante papel liberalizador en el siglo XVIII, pero en la actualidad la Opinión pública se ve convertida en uno de los instrumentos de control y dominación más eficaces del neocapitalismo. Comentará el autor crítico:

“Ya de entrada, la opinión pública es definida en relación a la manipulación, con cuya ayuda los dominadores políticos han de intentar ‘poner al unísono las disposiciones de la población con la doctrina política y con la estructura política, con el estilo y con los resultados del ininterrumpido proceso de toma de decisiones’. La opinión pública sigue siendo objeto de dominación también en los casos en los que ésta se ve obligada a hacerle concesiones y a reorientarse; la opinión pública no está ya vinculada ni a las reglas de discusión pública o a formas de verbalización, ni debe ocuparse de problemas políticos, ni menos aún dirigirse a instancias políticas. Su relación con la dominación, con el poder, aumenta, por así decirlo, a espaldas suyas: los deseos ‘privados’ de automóviles y refrigeradores caen bajo la categoría de ‘opinión pública’, exactamente igual que el resto de modos de conducta de grupos cualesquiera con tal de que sean relevantes para el ejercicio de las funciones estatal-sociales de la dominación y la administración.”⁴⁴

En el capitalismo tardío la ideología tiene su tema central en una Opinión pública en la que información, opinión y publicidad están estrechamente interrelacionados. La *comunicación*, en consecuencia, se va a convertir en el aspecto esencial al que Habermas va a dedicar su *reconstrucción del Materialismo Histórico*, tal y como tituló uno de sus libros precursores de su monumental *Teoría de la Acción Comunicativa*⁴⁵.

En el término de Opinión pública en la teoría habermasiana se inserta el tema de la Industria de la Cultura. Ahora bien, la novedad del concepto en Habermas está referido a la introducción de una nueva línea teórica en la tradición Frankfuriana, y así conjuntamente con Marx, Freud y Weber se incorpora la obra de Alfred Schütz y su planteamiento de *mundo de la vida* que en Habermas dará lugar a un tema nuevo: *la colonización del mundo de la vida*. Las Industrias de la Conciencia que ya se han convertido en industrias plurales, puesto que van desde la música de consumo, al cine para masas y las tecnologías de información y comunicación, son

⁴⁴ *Ibid.*, pág. 268.

⁴⁵ Jürgen HABERMAS, *Teoría de la Acción Comunicativa*, Madrid: Taurus, 1987. Dos tomos.

valoradas por el teórico crítico como la acción ideológica de la Opinión pública en las sociedades de capitalismo tardío. Una profunda irracionalidad caracteriza a estas sociedades postindustriales. La acción de la razón instrumental al servicio de una economía cada vez más privatizada y restringida a unas élites todopoderosas, le parece al autor de la Segunda Generación, la consecuencia directa de esa colonización del mundo de la vida que sufren los ciudadanos del Primer y Segundo Mundo, considerando que los análisis de Marcuse sobre el Tercer Mundo en *El final de la Utopía*⁴⁶, siguen teniendo la misma validez que en el momento en el que fueron escritos. Por tanto, ciencia y técnica instrumentales definen la dominación contemporánea en la que un consumo despilfarrador se conjunta con una enorme pobreza y miseria, de manera que el desequilibrio define a un capitalismo tardío que ha perfeccionado los instrumentos tecnológicos de la ideología y de la dominación psicológica.

Las Industrias Culturales de la fase neocapitalista de la Postindustrialización tendrán los mismos efectos y más acrecentados en la reciente fase de la Globalización contemporánea. Sin embargo, Habermas ya preveía esta evolución en la dominación de las conciencias y, de aquí, su profundo interés por estudiar la Acción Comunicativa como una teoría de la colonización de las conciencias en la actualidad. Utilizando el concepto cibernético de *autorregulación*, tomado de Niklas Luhmann y a su vez por Habermas y aplicado al funcionamiento social, se tratará de investigar cómo se produce *la integración sistémica* y *la organización institucional* del postindustrialismo. En *Historia y crítica de la opinión pública* la sociedad burguesa tuvo en *la legitimación* de sus estructuras la posibilidad de la continuidad de sus fuerzas productivas, haciéndose inseparables la ideología y la economía a través de las formas de legitimación del poder y la racionalización colectiva. Pero, para consolidar esta situación, las interacciones simbólicas se van a constituir en formas imprescindibles del capitalismo tardío y, así, la acción comunicativa de los *mass-media* tendrá que centrarse en *los estados y procesos subjetivos* (sentimientos, pensamientos, pulsiones y, en general, los fenómenos psíquicos y psicológicos) que enmarcan el mundo de las significaciones colectivas. En suma, la teoría habermasiana de la Acción Comunicativa está inseparablemente unida al funcionamiento de las Industrias de la Conciencia y sus efectos instrumentales.

⁴⁶ Herbert MARCUSE, *El final de la Utopía*, Barcelona: Ariel, 1968.

Habermas identifica Industrias Culturales con comunicación tecnologicada e ideología instrumental, siguiendo el concepto de racionalidad instrumental de Horkheimer. La colonización del mundo de la vida, entonces, provendría una dominación sistémica en la que los individuos asumen una profunda irracionalidad como consecuencia de la interiorización de los mensajes mediáticos y sociales. Se hace imprescindible, por tanto, reformular una Teoría de la Acción comunicativa como reconstrucción de la subjetividad de los ciudadanos y de su acción social. Siguiendo la distinción de Austin entre actos constatativos y performativos el autor crítico revisará la elaboración de discursos, utilizando los “juegos lingüísticos” de Wittgenstein, para entender la pluralidad de lenguajes y, sobre todo, “los lenguajes enmascarados” que llamamos ideología. Por tanto, la clasificación de los actos comunicativo-lingüísticos en representativos, constatativos, regulativos y comunicativos plantea una búsqueda de una racionalidad intersubjetiva que a través de un lenguaje no ideológico pueda entenderse como una teoría crítica de la sociedad. La racionalidad como *a priori* de la sociedad debería salir de la problemática de la cosificación comunicativa y de las argumentaciones míticas y mitológicas de la Comunicación instrumental y volver a formas discursivas y comunicativas con pretensiones de validez y coherencia. Como plantea Habermas:

“La racionalidad de las imágenes del mundo no se mide por propiedades lógicas y semánticas, sino por las categorías que pone a disposición de los individuos para la interpretación del mundo. Cabría hablar también de ‘ontologías’ inscritas en las estructuras de las imágenes del mundo si este concepto que procede de la tradición de la metafísica griega no se redujera a una determinada relación específica con el mundo, a la relación cognitiva con el mundo del ente. En la filosofía no se ha formado un concepto parejo que incluya la relación con el mundo objetivo. Es una deficiencia que trata de subsanar la teoría de la acción comunicativa.”⁴⁷

Para romper con las imágenes ideológicas del mundo impuestas por los *mass-media* tecnologicados y al servicio de los grupos de poder, Habermas transforma el paradigma frankfurtiano reemplazando a Freud y Marx por Weber y Mead. De este modo, se plantea en el proceso comunicativo la sustitución de las relaciones de producción del mensaje por las relaciones de *competencia* del hablante y, asimismo, la teoría de los efectos sociales de los *mass-media* se reemplaza por la *crisis de con-*

⁴⁷ Jürgen HABERMAS, *Teoría de la Acción Comunicativa*, ob. cit., págs. 72-73.

ciencia de la Modernidad. No es extraño, por tanto, que la Cultura de Masas se presente como una “metafísica” mediática de las imágenes del mundo. Ideología que con la teoría de la Acción Comunicativa encuentra nuevos instrumentos de análisis de la crisis de nuestro tiempo como una profunda crisis de conciencia colectiva e individual. Pero en esta crisis el mayor desequilibrio no va a provenir únicamente de las Industrias Culturales analizadas tecnológicamente, cuanto de un fortísimo ataque a los ideales ilustrados como se afirma en uno de los libros más aclamados del pensamiento habermasiano *El discurso filosófico de la Modernidad*⁴⁸. Un comentario de Habermas en la Universidad de Nueva York nos clarifica su posición, “una corriente emocional –afirmará el filósofo frankfurtiano– de nuestro tiempo que ha penetrado en todas las esferas de la vida intelectual, colocando en el orden del día teorías de postilustración, postmodernidad e incluso posthistoria”⁴⁹. La colonización del mundo de la vida, entonces, encuentra nuevas formas de irracionalidad difundidas no sólo por la Cultura popular de Masas, sino por una pseudocultura intelectual más amenazante que la de índole mediática. La Postmodernidad, entendida como antirracionalidad y contrailuminismo, se muestra como una de las formas de legitimación de este capitalismo tardío, ahora globalizado, en el que una nueva irracionalidad ideológica se va a extender por las Industrias Culturales dirigidas a las clases medias del Primer Mundo. Para Habermas, todas las esferas de la vida intelectual, emocional y vitales han entrado en una sutil “tela de araña” en la que se falsifican las esferas de la vida de los individuos y sus capacidades de emancipación. Por ello, será necesario *un consenso racional* de carácter crítico-negativo y un diálogo ético-comunicativo que restaure las relaciones dialécticas entre *el sujeto y el objeto, los sujetos y los objetos* en las actuales sociedades. Las últimas obras habermasianas tratarán de ir en esa dirección, pero también la de otros de los componentes de las siguientes Generaciones de la Teoría Crítica.

Las Industrias Culturales y, especialmente, el tema de la Opinión pública seguirán siendo centrales en los continuadores del pensamiento crítico. No obstante, el nuevo enfoque crítico tiene que enmarcarse dentro de una Teoría de la Crisis, sería algo así como la formulación que Claus Offe da al tipo de capitalismo en el que estamos instalados cuando lo define como *capitalismo desorganizado*⁵⁰. En esta Segunda, e incluso Tercera, Generación las Industrias Culturales, consideradas de

⁴⁸ Jürgen HABERMAS, *El discurso filosófico de la Modernidad*, Madrid: Taurus, 1989.

⁴⁹ Mateu CALINESCU, *Las cinco caras de la modernidad*, Madrid: Tecnos-Alianza, 2002.

⁵⁰ Klaus OFFE, *Krisen und Krisenmanagement*, Köln: Jänicke, 1973.

manera múltiple, se van a estudiar incluidas dentro de los siguientes problemas: el modelo de capitalismo que estamos viviendo y sus variaciones con el referido por los autores de la Primera Generación, las *contradicciones* del Estado de Bienestar, las nuevas estructuras en los partidos políticos y en los movimientos sociales, la relación entre el actual capitalismo y la democracia, la Opinión pública y sus influencias sobre jóvenes y niños, la experiencia comunicativa y la racionalidad cínica de la Postmodernidad y, en general, las situaciones de crisis en todos los niveles colectivos (crisis del trabajo, ecológica, de legitimación, educativa, del movimiento obrero, etc.). Hay una convicción en el análisis crítico de encontrarnos en una convulsión de época o, como afirmaba Heidegger, una crisis epocal. A partir de esta convicción la Segunda Generación afronta el análisis de un capitalismo en el que las Industrias de la Cultura son parte esencial e imprescindible del funcionamiento de la economía de redes globalizadas. En este sentido, las formas de dominación social y cultural se presentan con características de una enorme ambivalencia; es decir, se han racionalizado los sistemas de necesidades secundarias hasta el punto que bajo la apariencia de “un universo de ocio” se reajusta la psicología de los individuos, llevando al límite la desublimación represiva de la que Marcuse hablaba. Los individuos son simples fuerzas de consumo y la cultura, a su vez, se ha transmutado en estrategia comercial y mecanismo ideológico de los grupos de poder.

Por consiguiente, Offe, Negt, Wellmer o Schmidt identifican la organización social del capitalismo tardío con el rol que cumplen las Industrias Culturales de manera que prejuicios, valores y símbolos provienen de “las nuevas mitologías” comunicativas. Oscar Negt en su libro *Öffentlichkeit und Erfahrung*⁵¹ se planteará cómo la experiencia humana es alterada por esa *conciencia dual* que los *mass-media* tecnológicos, en su amplio sentido contemporáneo, nos imponen. Pero no sólo Negt se interroga sobre esa “refeudalización” de nuestras sociedades, como consideraba Habermas, sino también sobre las nuevas desigualdades que distancias cada vez más a los individuos, las clases, los países y los continentes.

El dominio de la *razón instrumental* que en Albrecht Wellmer ha pasado a ser *racionalidad instrumentada*, se extiende con nuevas estrategias de desintegración cultural y colectivas. En *Kommunikation und Emanzipation*⁵² Wellmer se cuestiona el tema de la emancipación en nuestras sociedades. ¿Es posible un *final de la Utopía* en sociedades con tan alto grado de presión ideológicas como las del capitalismo

⁵¹ Oskar NEGТ y Alexander KLUGE, *Öffentlichkeit und Erfahrung*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1982.

⁵² Albrecht WELLMER, *Kommunikation und Emanzipation*, Frankfurt a. M.: Athenäum, 1977.

tardío? La respuesta sería una racionalidad científica y técnica cuya *praxis* no entre en contradicción con el desarrollo social, ni con el avance cultural. Claus Offe en “¿Del *agnus mirabilis* al *agnus miserabilis*? La izquierda tras el cambio y Maastricht” esboza un análisis para un nuevo pensamiento tras los acontecimientos de mil novecientos ochenta y nueve. La caída del Muro de Berlín introduce una posición de gran inestabilidad al pensamiento y actitudes críticas. De aquí la necesidad de una *imaginación sociológica* (*Soziologische Phantasie*), afirmará Oscar Negt, que tenga en cuenta la monopolización global de la ideología. A este respecto un texto de Wellmer resume la perspectiva neofrankfurtiana sobre la función contemporánea de la Teoría Crítica:

“A la *Dialektik der Aufklärung* le corresponde un papel clave en relación con el desarrollo posterior de la teoría crítica en la escuela de Frankfurt, ya que el recuerdo de las ideas fundamentales de estos ‘fragmentos filosóficos’ –tal es el subtítulo de la obra– clarifica una vez más el problema alrededor del cual han girado las controversias metateóricas hasta el presente: concretamente el problema de cómo se comportan mutuamente ‘ciencia’ y ‘crítica’. Adorno y Horkheimer toman en serio las pretensiones crítico-ideológicas de la teoría marxiana y, frente al cientifista error autointerpretativo de Marx, destacan su intención explicitada de poner en evidencia, tras las meras ‘formas’ manifestativas de la sociedad capitalista mercantil, su ‘razón de ser’, lo que significa también su ‘sinrazón’”⁵³

Las siguientes generaciones de Teoría Crítica reanudan la conversión de la ideología en un “aparato del Estado”, en terminología althusseriana, cuya capacidad para transmitir cosmovisiones sociales tiene un poder sin igual en épocas anteriores. Los recursos tecnológicos y científicos con los que cuenta en el presente la transmisión ideológica de las Industrias de la Conciencia hace cierta aquella concepción de Slavoj Žižek para quien “ya ni nuestro subconsciente nos pertenece”⁵⁴. La *colonización del mundo de la vida* se produce con tal vértigo y velocidad que los instrumentos teóricos de defensa cultural todavía no poseen la capacidad de responder con la misma celeridad que posee la actual ideología instrumental. Sin embargo, para los nuevos teóricos de Frankfurt, la Comunicación en su acción no

⁵³ Albrecht WELLMER, *Teoría crítica de la sociedad y positivismo*, Barcelona: Ariel, 1979, págs. 151-152.

⁵⁴ Slavoj ŽIŽEK, *El sublime objeto de la ideología*, Madrid: Siglo XXI, 1992, también véase Slavoj Žižek, *Cómo leer a Lacan*, Buenos Aires: Paidós, 2008.

ideológica permite una inmensa posibilidad de emancipación social. Afirmará Habermas:

“Contra esta teoría [la teoría de la industria cultural] no solamente pueden hacerse las objeciones empíricas que cabe esgrimir siempre contra toda supersimplificación: que procede ahistóricamente y no tiene en cuenta el cambio estructural de la esfera de la opinión pública burguesa, y que no es lo bastante compleja para dar razón de las marcadas diferencias nacionales, desde las diferencias de estructura organizativa entre los centros emisores privados y los públicos y estatales, hasta las diferencias en la configuración de programas, en las costumbres de recepción, en la cultura política, etc.[...] Los medios de comunicación de masas pertenecen a estas formas generalizadas de comunicación. Liberan los procesos de comunicación de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo y hacen surgir espacios de opinión pública implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados en el tiempo y en el espacio y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados.”⁵⁵

Para Habermas y los neofrankfurtianos, las patologías del mundo de la vida provienen de una simulación radical de las relaciones comunicativas en la fase del capitalismo tardío. En consecuencia, la misión esencial del pensamiento crítico debe continuar persistentemente en la denuncia de una sociedad en la que las Industrias de la Conciencia impiden el desarrollo y despliegue general e inherente de las facultades humanas y sociales. De aquí que la continuidad de la Teoría Crítica contemporánea debe seguir siendo, como definieron sus autores clásicos, en el presente y en el futuro: *la aclaración racional de la realidad*.

4. ¿HACIA DÓNDE VAN LAS INDUSTRIAS DE LA CONCIENCIA?

La investigación sobre el funcionamiento y estructura de las Industrias Culturales después del análisis frankfurtiano se ha diversificado hacia las diversas áreas que componen la comunicación social. La evolución de los análisis críticos sobre la ideología mediática ha transitado desde la investigación sobre los efectos psicológicos en los consumidores-receptores hasta desembocar en los canales tecnológicos y sus consecuencias sociales. En este sentido, el Estructuralismo (especialmente Barthes, Morin, Moles y el primer Baudrillard), y el Post-estructuralismo (Bour-

⁵⁵ Jürgen HABERMAS, *Teoría de la Acción Comunicativa*, ob. cit., pág. 551s.

dieu, segundo Baudrillard y semiólogos comunicativos como Eco, Bettetini y Casetti)⁵⁶ se han dirigido hacia el análisis de la reproducción social de la ideología desde lo lingüístico y lo discursivo. Desde otra perspectiva sociológica, los Estudios Culturales (*Cultural Studies*) (E. P. Thompson, Raymond Williams, Richard Hoggart, Stuart Hall y la Segunda Generación de Birmingham) han investigado *la recepción y la codificación-descodificación* de los mensajes desde las posiciones de clase, etnia y género de las audiencias *mediáticas*⁵⁷. La multiplicidad y heterogeneidad de enfoques teóricos, sin embargo, no han hecho más que revalorizar las conclusiones a las que llegaron los autores de la Primera Generación de la Escuela de Frankfurt.

Del Capitalismo Postindustrial se ha pasado al Capitalismo de la Globalización. En esta nueva fase las Industrias Culturales se han extremado en su radicalismo ideológico, pero de una forma cada vez más disimulada. Se cumpliría la matización que Adorno hizo sobre estas Industrias cuando afirmaba que no sólo han destruido los niveles culturales, sino que, asimismo, acabarían aniquilando la misma estructura industrial, empresarial y tecnológica. Esta apreciación la confirma el estudio de Bernard Miège *Capitalismo et Industries culturelles*⁵⁸ en donde reflexiona sobre las mutaciones del concepto de mercancía que la cultura tiene en la nueva economía. La cultura en la sociedad contemporánea ya no tiene nada que ver con el proceso civilizador cuanto con la mitologización simbólica de las actuales sociedades, definiendo como mitologización simbólica la capacidad de adaptación de los ciudadanos a la economía globalizada. Ahora bien, la novedad de esta adaptación proviene de la adecuación de *la psicología a la economía* mediante la limitación de posibilidades de existencia. Sería algo así como una unidimensionalidad aceptada de manera “consciente” por los ciudadanos que viven su situación como si se tratase de la concepción de Leibniz, tan acertadamente criticado por Voltaire en su *Candido*, de “vivir en el mejor de los mundos posibles”. Estaríamos en esa Sociedad del Riesgo a la que alude Ulrich Beck⁵⁹, pero de “riesgos” creados en muchas ocasiones por el mismo poder que domina y aplasta las conciencias y los cuerpos.

Dentro de esta Sociedad del Riesgo serían las Industrias Culturales uno de las dificultades más significativas de la presión psicológica sobre los individuos. Más a

⁵⁶ Francesco CASSETTI, *Introducción a la semiótica*, Barcelona: Fontanelli, 1980.

⁵⁷ VVAA, *Estudios Culturales y comunicación*, México: F.C.E., 1998.

⁵⁸ Bernard MIÈGE, *Capitalisme et Industries culturelles*, Grenoble: P.U.F., 1978.

⁵⁹ Ulrich BECK, *La Sociedad del Riesgo*, Barcelona: Paidós, 2010.

esta tensión psíquica se han unido las recientes estrategias ideológicas a las que Habermas se refería en sus últimas obras y, en concreto, en su *Discurso filosófico de la Modernidad*. La Postmodernidad en su sentido comunicativo ha introducido un conjunto de valores, imágenes, actitudes y formas de entender la realidad en los que la frivolidad y el debilitamiento de los mapas cognitivos, como afirmará Fredrich Jameson⁶⁰, acaban generando *el pensamiento débil*⁶¹. Es *la era del vacío*, tal y como Gilles Lipovetsky titulaba uno de sus libros⁶²; y en esta era vaciada de sentido, los Medios de Comunicación de Masas cumplen con la función de alterar ideológicamente las conciencias colectivas introduciendo no sólo la fragmentación pseudocultural cuanto una desestructuración cognitiva muy cercana a una patología malsana de comprensión de la realidad. Para los neofrankfurtianos de este pensamiento débil se ha consolidado un tipo de racionalidad que ya no es meramente instrumental, como escribió Horkheimer, sino *racionalidad cínica*⁶³. La razón cínica se ha extendido y consolidado en unas sociedades en las que la economía globalizada introduce un neodarwinismo social que acompaña otra vez una neocolonización en los países proletarizados por el nuevo orden internacional. Economía globalizada, razón cínica e ideología neodarwinista acaban originando un tipo humano que Lipovestky definió como *narcisismo autista*. En este contexto geopolítico las Industrias Culturales son actores de primera magnitud. Sus mensajes divulgan un retroceso humano y psicológico en el que, como afirmó Adorno en sus estudios musicales, la regresividad y el retroceso humano y social nos hacen situarnos en fases antiilustradas. Y en esta difusión de mensajes y contenidos antiiluministas las Industrias Culturales tienen un papel central y determinante en su planificación y gestión geopolítica.

La Segunda Generación de los Estudios Culturales, por tanto, recoge esta influencia psíquica sobre unas audiencias indefensas ante el poder mediático. De esta forma, coinciden en algunos de sus análisis las diferentes generaciones tanto de la Escuela de Birmingham como de los continuadores de Frankfurt⁶⁴. En ambas posiciones se coincide en la manipulación de las audiencias a través de la continuada repetición ideológica del pensamiento débil y el rol central de los *mass-media* en

⁶⁰ Fredric JAMESON, *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona: Paidós, 1991.

⁶¹ Gianni VATTIMO y Aldo ROVATTI, *El pensamiento débil*, Madrid: Cátedra, 1990.

⁶² Gilles LIPOVETSKY, *La era del vacío*, Barcelona: Anagrama, 2000.

⁶³ Peter SLOTERDIJK, *Crítica de la razón cínica*, Madrid: Siruela, 2006.

⁶⁴ Blanca MUÑOZ, *Modelos culturales*, ob. cit.

la formación de las clasificaciones de la realidad mediadas por la razón cínica. Ahora bien, en esta manipulación tecnológico-ideológica de las Industrias de la Conciencia hay una serie de aspectos que vuelven a dar, de nuevo, la razón al análisis social, político y comunicativo de los teóricos críticos. En *Kommunikation und Emanzipation*⁶⁵ Albrecht Wellmer resalta la anti-ilustración como una de las constantes no sólo del pensamiento débil de la Postmodernidad, cuanto de una comunicación extrañada y cosificada al servicio de intereses extraños a lo que los filósofos iluministas consideraban *la esencia humana*. El nuevo asalto a la razón en la época de la Globalización se concentra, en suma, en una radical búsqueda del debilitamiento de *la universalidad de la razón* y en un apoyo a un multiculturalismo folklórico que detiene la evolución de las diferentes culturas en fases primitivas y casi tribales. Frente al concepto de *cultura como conocimiento* se impone la cultura entendida como costumbres elementales y primarias. La necesidad de un renacer de la Teoría Crítica en estos tiempos de pensamiento banal y cínico se hace una obligación ética y racional para que la razón cínica no triunfe sobre la razón crítica y, esencialmente, para que la dominación industrial de las conciencias no se imponga sobre la dignidad y grandeza de los espíritus libres y autónomos conscientes de su destino histórico, común y universal. Axel Honneth ha vuelto a reponer uno de los conceptos más aclaradores del pensamiento crítico: *reconocimiento*. En dos de los libros más importantes de los continuadores de la Teoría Crítica como son *Cosificación*⁶⁶ y *Las patologías de la razón*⁶⁷ Honneth vuelve a una reivindicación de una acción comunicativa en la que reivindica el diálogo emancipado de la dominación mediática y económica. Los nuevos teóricos críticos vuelven al *reconocimiento* al que Hegel en *La Fenomenología del Espíritu* consideraba el camino de la autoconciencia en su toma de la *conciencia de sí hacia el para sí* y del proceso de valoración de las otras conciencias en su paso dialéctico del *yo al nosotros*. Para los neofrankfurtianos, las patologías de la razón impuestas industrial y planificadamente se superan mediante una coherencia crítica en la que Razón e Historia se reconozcan como proyecto e ideal de una nueva y creadora *Fenomenología del Espíritu*.

⁶⁵ Albrecht WELLMER, *Kommunikation und Emanzipation*, ob. cit.

⁶⁶ Axel HONNETH, *Cosificación*, Madrid, Katz, 2010.

⁶⁷ Axel HONNETH, *Las patologías de la razón*. Madrid, Katz, 2009, también *Reconocimiento y menosprecio*, Madrid, Katz, 2010.

INDUSTRIA CULTURAL 2.0

Culture Industry 2.0

RODRIGO DUARTE*
rduarte@fafich.ufmg.br

Fecha de recepción: 15 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 10 de octubre de 2011

RESUMEN

El presente artículo se propone mostrar que, a pesar de las grandes transformaciones tecnológicas y geopolíticas de las últimas décadas, la industria cultural de hoy sigue desempeñando las mismas funciones económicas e ideológicas que la modalidad investigada y criticada por Max Horkheimer y Theodor W. Adorno a comienzos de la década de 1940, en *Dialéctica de la Ilustración*. Una prueba de esto es que los cinco operadores que caracterizaban la industria cultural “clásica” (manipulación retroactiva, confiscación del esquematismo, domesticación del estilo, despotenciación de lo trágico y fetichismo de las mercancías culturales) siguen ilimitadamente vigentes para el acercamiento crítico a la cultura de masas de hoy, que aquí se denomina irónicamente “industria cultural 2.0”.

Palabras clave: globalización; digitalización de los medios; industria cultural global.

ABSTRACT

This article intends to show that, in spite of major technological and geopolitical changes in the last decades, the culture industry of today goes on performing the same ideological tasks it used to do in its original version, the one approached and criticized by Max Horkheimer and Theodor W. Adorno at the beginning of the 1940' in *Dialectic of Enlightenment*. An evidence for this fact is that the five characterizing operators of the “classic” culture industry (retroactive manipulation, confiscation of schematism, domestication of style, weakening of the tragic and fetishism of cultural commodities) con-

* Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil).

tinue to apply almost unlimitedly to the critical approach of today's mass culture, which is here ironically called "culture industry 2.0."

Key Words: globalization; digitalization of media; global culture industry.

1. LA INDUSTRIA CULTURAL "CLÁSICA" Y SUS OPERADORES

Si para indicar que el sistema de cultura masiva de hoy tiene características muy específicas, cupiese aplicar la misma terminología usada que para designar la versión de los *softwares* de nuestros computadores, entonces la designación "industria cultural 2.0" resultaría bastante adecuada en la medida en que lo que ocurre ahora parece tratarse de un salto tecnológico –digital–, aunque no deje de merecer el título consagrado por Horkheimer y Adorno en la década de 1940. Como estrategia para señalar el hecho de que la versión moderna de la industria cultural preserva, aunque con modificaciones, casi todos los elementos de su modalidad "clásica" es oportuno, en primer lugar, definir ésta por medio de "operadores" extraídos de la propia crítica presente en la *Dialéctica de la ilustración*. De acuerdo con lo expuesto en otro lugar¹, tales operadores son: 1) la "manipulación retroactiva", 2) la "usurpación del esquematismo", 3) la "domesticación del estilo", 4) la "despotenciación de lo trágico" y 5) el "fetichismo de la mercancía cultural". Tras pasar revista al significado de cada uno de estos operadores, es posible elucidar algunas características peculiares de la industria cultural de hoy mediante su comparación con la modalidad convencional, teniendo por parámetros exactamente los operadores mencionados.

En lo que concierne a la "manipulación retroactiva", sería interesante, antes que nada, recordar que, a comienzos del siglo XX, la cultura de masas también surgió para responder a la creciente demanda de entretenimiento de la población –principalmente proletaria–, teniendo como base tecnológica invenciones recientes, como el cine, la radio y las grabaciones sonoras en disco. Bajo este aspecto, es innegable que la enorme demanda de este tipo de servicios fue la justificación de toda la inversión realizada por los empresarios de la industria del ocio para modernizar ésta y constituir definitivamente la cultura de masas.

No obstante, hay un aspecto, planteado por Horkheimer y Adorno en el capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la ilustración*, referido no a la cantidad de mercancías culturales –garantizada por la producción en masa–, sino a su

¹ Rodrigo DUARTE, *Indústria cultural: uma introdução*. Rio de Janeiro: FGV, 2010, pág. 47 s.

calidad. Considerados en su aspecto cualitativo, los productos de la industria cultural presentan un bajísimo nivel formal y de contenido, lo que es atribuido por las agencias de la cultura de masa a la propia demanda: ellos estarían proporcionando a la masa tan sólo lo que ésta desea, no siendo, por lo tanto, responsables de la baja calidad de su contenido. Una vez que esas agencias no son entidades filantrópicas o educativas, y representan pura y simplemente intereses privados en el lucro, no pueden ser reprobadas por ofrecer productos increíblemente malos. De acuerdo con Horkheimer y Adorno, “[l]os estándares habrían surgido en un comienzo de las necesidades de los consumidores: de ahí que fueran aceptados sin oposición. Y, en realidad, es en el círculo de manipulación y de necesidad que la refuerza [manipulación retroactiva] donde la unidad del sistema se afianza cada vez más. Pero en todo ello se silencia que el terreno sobre el que la técnica adquiere poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad.”².

Exactamente en la idea de “manipulación retroactiva” se encierra el secreto de la industria cultural: atender, simultáneamente, la demanda de entretenimiento de las masas e imponer determinados patrones, tanto de consumo como de comportamiento moral y político. Sobre este ajuste de la oferta a la demanda, Lary May relata que Samuel Goldwin, fundador de la Metro-Goldwin-Mayer, tenía la costumbre de colocarse, durante una proyección comercial de películas, de espaldas a la pantalla y de frente a la platea, con el objetivo de percibir lo más precisamente posible las reacciones del público frente a cada escena y, de esta forma, acumular conocimiento sobre el gusto popular que podría ser de utilidad en producciones posteriores³.

A partir del desarrollo de la industria cinematográfica, ese método artesanal de “investigación de satisfacción” fue substituido por encuestas de opinión pública, estadísticamente tratadas, que proporcionan resultados mucho más precisos. Este hecho demuestra, de cualquier modo, que, desde siempre, existió la preocupación por parte de los magnates de los grandes estudios de agrandar al máximo a su clientela. Sin embargo, Horkheimer y Adorno afirman que, en esa satisfacción de demandas latentes del público, se encuentran insertos actos de violencia, resultado

² Theodor W. ADORNO y Max HORKHEIMER, *Dialektik der Aufklärung*, en *Adorno Gesammelte Schriften* 3, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981, pág. 142 (traducción para el castellano de Juan José Sánchez: *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, Trotta, 1998, pág. 166). Tomaremos “necesidad que la refuerza” como equivalente a “necesidad retroactiva” de acuerdo a la interpretación del Prof. Rodrigo Duarte (N. de la T.).

³ Cfr. Lary MAY, *Screening out the past. The birth of mass culture and the motion picture industry*, Chicago/Londres: University of Chicago Press, 1995, pág. 171.

del compromiso tanto económico cuanto ideológico de la industria cultural con el *statu quo*: por un lado, ella siempre tuvo que lucrarse, para justificar su posición de ramo de negocios próspero; por otro, tuvo (y tiene) que ser de auxilio en la adhesión (o, por lo menos, en la anuencia apática) de las masas frente a la precaria situación en que se encuentra, desde el advenimiento del capitalismo tardío.

En lo que respecta a la “usurpación del esquematismo”, vale recordar que dirigir las actitudes de los consumidores de la cultura de masas es uno de sus principales objetivos sistémicos, bajo la apariencia de la mera satisfacción de la demanda a través del entretenimiento y la diversión y este procedimiento es, según Horkheimer y Adorno, uno de los más eficaces para realizar este objetivo. El término “usurpación del esquematismo” remite al capítulo de la *Crítica de la razón pura*, de Immanuel Kant, relativo al “esquematismo de los conceptos puros del entendimiento”. Para comprender este mecanismo expuesto en la epistemología de Kant, importa recordar que, para el filósofo, nuestra sensibilidad –nuestra facultad de intuiciones– está enteramente separada de nuestro entendimiento, es decir, de nuestra facultad de conceptos y, una vez que la obtención de conocimiento válido sobre el mundo exterior depende de una confluencia de ambas facultades, surge el problema de determinar cómo éstas pueden trabajar en forma conjunta sin perder su carácter como ámbitos independientes de nuestro aparato cognitivo.

Para Kant, tomando en cuenta la separación entre sensibilidad y entendimiento mencionada más arriba, la subsunción de intuiciones empíricas bajo categorías es problemática porque en las últimas no hay nada propiamente empírico, mientras que las primeras dependen de impresiones sensibles ocasionadas por objetos exteriores al sujeto. Dado que no existen posibilidades de una relación directa entre estas parcelas –la conceptual y la sensible–, en virtud de su completa heterogeneidad, y considerando que, sin esa confluencia, no podría, según Kant, existir conocimiento objetivo del mundo externo, se vuelve necesaria una mediación:

“Ahora bien, está claro que debe haber un tercero, que debe estar en homogeneidad, por una parte, con la categoría y por otra parte, con el fenómeno, y que hace posible la aplicación de la primera al último. Esta representación mediadora debe ser pura (sin nada empírico), pero [debe ser], por una parte, *intelectual*, y por otra parte, *sensible*. Una [representación] tal es el *esquema transcendental*”⁴.

⁴ Immanuel KANT, *Kritik der reinen Vernunft*, Hamburgo: Felix Meiner, 1976, pág. 197. Trad. Mario Caimi, Buenos Aires: Colihue, pág. 238.

Así, el esquema puede ser entendido, según Kant, como un método de volver conmensurable una imagen a un concepto puro del entendimiento, es decir, a una categoría, lo que es posible porque para cada esquema existe una categoría correspondiente. Esto nos interesa directamente para la comprensión del modo en que percibimos los fenómenos exteriores a nosotros, pues “los esquemas de los conceptos puros del entendimiento son las verdaderas y únicas condiciones para procurarles a esto una referencia a objetos, y, por tanto, *significación*”⁵.

De acuerdo con Kant, esa “referencia a objetos” ocurre a partir de un proceso que tiene como centro la autoconsciencia de un sujeto que se percibe a sí mismo como poseedor de sus percepciones. Por ello, cuando Horkheimer y Adorno se apropian del concepto kantiano de esquematismo, lo hacen para mostrar en qué medida la industria cultural, una instancia exterior al sujeto —industrialmente organizada en el sentido de proporcionar rentabilidad al capital invertido—, le usurpa la capacidad de interpretar los datos proporcionados por los sentidos según patrones que, originalmente, eran internos: “La tarea que el esquematismo kantiano esperaba aún de los sujetos, a saber, la de referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales, le es quitada al sujeto por la industria. Ésta lleva a cabo el esquematismo como primer servicio al cliente. En el alma, según Kant, debía actuar un mecanismo secreto que prepara ya los datos inmediatos de tal modo que puedan adaptarse al sistema de la razón pura. Hoy, el enigma ha sido descifrado. Incluso si la planificación del mecanismo por parte de aquellos que preparan los datos, por la industria cultural, es impuesta a ésta por el peso de una sociedad —a pesar de toda racionalización— irracional, esta tendencia fatal es transformada, a su paso por las agencias del negocio industrial, en la astuta intencionalidad de éste. Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción. El prosaico arte para el pueblo realiza ese idealismo fantástico, que para el crítico iba demasiado lejos. Todo procede de la conciencia: en Malebranche y Berkeley, de la de Dios; en el arte de masas, de la dirección terrena de producción.”⁶

Con ello, Horkheimer y Adorno quieren decir también que la usurpación del esquematismo debe generar una previsibilidad casi absoluta en la recepción de sus productos, la cual es el correlato subjetivo de su conversión en patrones, que, a su vez, es oriunda del mecanismo de manipulación retroactiva mencionado más arri-

⁵ Ibidem, pág. 203. Trad. pág. 244.

⁶ Theodor W. ADORNO y Max HORKHEIMER, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 145 s. (trad. esp. pág. 169 s.).

ba. Este proceso de asimilación inmediata de la mercancía cultural en función de su previsibilidad contrasta inmensamente con la experiencia del arte autónomo, no dominado por los imperativos de lucratividad y de generación de conformidad con el *statu quo*. Uno de los primeros tópicos del capítulo sobre la cultura de masas de la *Dialéctica de la ilustración* que caracterizan ese arte autónomo es la discusión sobre el estilo, la cual apunta también al modo en que la industria cultural se apropia de él.

Es exactamente en esa apropiación en la que ocurre lo que considero el tercer operador de la industria cultural, la “domesticación del estilo”. De acuerdo con Horkheimer y Adorno, a la asimilación de las mercancías culturales, automatizada por el esquematismo usurpado al sujeto, corresponde un procedimiento en la confección, en que ya no se realiza la dialéctica todo-partes existentes en las obras de arte propiamente dichas. En ellas, la totalidad de la obra no pre-condiciona el que tengan lugar los momentos particulares, lo que significa en la práctica que los detalles adquieren un valor posicional que, posteriormente, ya no fue respetado por la fabricación en serie de mercancías culturales:

“El detalle, al emanciparse, se había hecho rebelde y se había erigido, desde el romanticismo hasta el expresionismo, en expresión desenfrenada, en exponente de la rebelión contra la organización. (...) A ello pone fin, mediante la totalidad, la industria cultural.”⁷

Teniendo en cuenta esa diferencia en el tratamiento del elemento particular en el ámbito de la obra de arte y de la mercancía cultural, Horkheimer y Adorno introducen la discusión de la noción de “estilo”. Para ellos, la totalización que se transfiere al producto como consecuencia de su completa funcionalidad, considerando la valorización económica y la manutención ideológica del capital, supera en mucho a la coerción ejercida en el pasado, en la esfera del gran arte burgués, por el estilo en tanto que momento universalizador, el cual podía incluso llegar a los límites de la coerción. Ellos observan que la industria cultural va mucho más allá de ese deseo de universalidad que caracterizara al apogeo del arte autónomo, primando la provisión de clichés prestos para la aplicación en sus productos: “La traducción estereotipada de todo, incluso de aquello que aún no ha sido pensado, en el esquema de la reproductibilidad mecánica supera el rigor y la validez de todo verdadero estilo.”⁸

⁷ *Ibid.*, pág. 146 s. (trad. esp. pág. 170).

⁸ *Ibid.*, pág. 148 s. (trad. esp. pág. 172).

En la industria cultural, por lo tanto, más que una “superación” del estilo, ocurriría una especie de “revelación” de su concepto. Esto, según los autores, ocurre porque aquel elemento coercitivo, que desde siempre fuera inherente al estilo (a pesar de que su manifestación propiamente artística procure escapar a ello), se revela, en el ámbito de la industria cultural, en toda su plenitud en tanto falsa identidad de lo universal y lo particular: “La reconciliación de lo universal y lo particular, de regla y pretensión específica del objeto, en cuya realización precisamente, y sólo en ella, el estilo adquiere contenido, es vana porque no se llega ya a ninguna tensión entre los polos: los extremos que se tocan quedan diluidos en una confusa identidad, lo universal puede sustituir a lo particular, y viceversa.”⁹

Cabe señalar que ese intercambio entre universal y particular, que, según los autores, confiere significado al estilo, solamente sería verdadero, tanto en el núcleo del objeto estético como fuera del mismo, si no existiese la coerción de la totalidad en el ámbito social, es decir, si el proceso de dominación no estuviese tan flagrantemente instalado en la sociedad. Es exactamente esa desproporción entre lo universal (la totalidad del “mundo administrado”) y lo particular (individuo), con la consecuente opresión de éste por aquél, lo que lleva a la discusión realizada por los autores de la *Dialéctica de la ilustración* sobre lo trágico y su despotenciación en la industria cultural –el cuarto operador extraído de la crítica.

Antes de abordar específicamente el tema de la despotenciación de lo trágico en el capítulo sobre la industria cultural de la obra conjunta de Horkheimer y Adorno, sería interesante enfocar dos motivos relacionados con él: el primero tiene que ver con la “catarsis”, vinculada a aquel rasgo de la mercancía cultural que intensifica su “valor de uso”, es decir, su capacidad de, mediante estímulos cada vez más *feéricos*, producir una especie de depuración, semejante al efecto que Aristóteles le atribuyera a la tragedia griega¹⁰. En la *Dialéctica de la ilustración*, los autores asocian el significado de la *catarsis* al modo en que la industria cultural enfoca la sexualidad, dado que la palabra griega *kátharsis* poseía también el significado médico de “limpieza”, “purificación”, incluso en el sentido en que el acto sexual realiza un tipo de descarga de las tensiones nerviosas reprimidas¹¹. Si la catarsis, tal como ocurría en la tragedia griega, dependía de suscitar en el espectador, “temor y com-

⁹ Ibid., pág. 151. (trad. esp. pág. 174).

¹⁰ Cfr. ARISTÓTELES, Poética 1449b 27.

¹¹ Fernando REY PUENTE, “A *kátharsis* en Platão y Aristóteles”, en R. Duarte et al., *Kátharsis – Reflexos de un concepto estético*, Belo Horizonte, C/Arte, 2002, págs. 10-27

pasión”, en el plano de la industria cultural ocurre apenas como pura y simple higiene mental:

“La actual fusión de cultura y entretenimiento no se realiza sólo como depravación de la cultura, sino también como espiritualización forzada de la diversión. (...) En este sentido, el entretenimiento produce la purificación de afecto que Aristóteles atribuía ya a la tragedia (...) Al igual que sobre el estilo, la industria cultural descubre la verdad sobre la catarsis.”¹²

El otro motivo relacionado con lo trágico, igualmente abordado en el capítulo sobre la industria cultural, es el del “ser genérico”. Este término era empleado por el joven Marx para designar al individuo que representa de modo privilegiado el género al cual pertenece. De este modo, en la constitución de una situación verdaderamente trágica, el “ser genérico” es un elemento importante, siendo exactamente el valor ejemplar de las actitudes asumidas por el héroe lo que reconcilia al individuo con la totalidad. Esa reconciliación, como se sabe, pasa por el sacrificio de su integridad física o hasta de su propia vida, hecho mediante el cual la aparición del “temor y la compasión” en el espectador realiza la aludida depuración en su espíritu, predisponiéndolo también a una actitud que debería favorecer la sociabilidad a ser practicada en la Grecia Clásica.

De acuerdo con Adorno y Horkheimer, la imposibilidad de una *catarsis* en sentido estricto, en el ámbito de la industria cultural, está ligada a la imposibilidad de lo auténticamente trágico, en la medida en que la cultura de masas no solamente descalifica al sujeto, sino que también mina las condiciones para su aparición y desarrollo. Cuando los autores afirman que la “industria cultural ha realizado malignamente al hombre como ser genérico.”¹³, tienen en cuenta que el ser genérico, en vez de realizarse a partir de la constitución del individuo, resulta de un proceso de masificación, en el cual no puede darse la aludida representación del género por parte del individuo porque hasta su idea misma pierde totalmente el sentido:

“La joven aspirante a estrella femenina debe simbolizar a la empleada, pero de tal forma que, a diferencia de la verdadera empleada, el abrigo de noche parezca hecho a medida para ella. De ese modo, la estrella no sólo encarna para la espectadora la posibilidad de que también ella pudiera aparecer un día en la pantalla, sino también, y con mayor nitidez, la distancia que las separa. (...) La

¹² Theodor W. ADORNO y Max HORKHEIMER, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 166 (trad. esp. pág. 188 s.).

¹³ *Ibid.*, pág. 168. (trad. esp. pág. 190).

perfecta semejanza es la absoluta diferencia. La identidad de la especie prohíbe la identidad de los casos individuales.”¹⁴

Teniendo en cuenta su posible apropiación para fines ideológicos en las Ciudades-Estado griegas, Horkheimer y Adorno no dejan de ver cierta continuidad entre la tragedia ática y los productos de la industria cultural, advirtiendo, no obstante, que lo que en aquella está ligado a una función social explícita mediada por un proceso de sublimación, en éstos forma parte de una estrategia de dominación y de aprisionamiento de las consciencias con objetivos de mantenimiento del *statu quo* y de valorización del capital, sin ningún tipo de beneficio en términos éticos y/o estéticos.

Otra dificultad para la realización de lo trágico auténtico en el ámbito de la industria cultural, más allá de la pérdida de sustancialidad del sujeto ya mencionada, está en la clara intención de ésta de anestesiar al espectador, de modo que ya no haya lugar para la *experiencia* de sufrimiento y, consecuentemente, para su expresión. Es importante recordar que esa experiencia, desde la Antigüedad clásica, era tenida como purificadora, en el único sentido en que podría justificar la *kátharsis*, tal como se señaló más arriba. Entretanto, en la industria cultural, la experiencia de sufrimiento es sustituida por un tipo de entorpecimiento que tiene como objetivo inmediato ayudar en la superación de las dificultades inmediatas de lo cotidiano:

“Lejos de limitarse a cubrir el sufrimiento bajo el velo de una solidaridad improvisada, la industria cultural pone todo su honor empresarial en mirarlo virilmente a la cara y en admitirlo conservando con esfuerzo su compostura.”¹⁵

Considerando esta actitud de banalización del sufrimiento y de supresión de la posibilidad de su expresión estética, Adorno y Horkheimer muestran la completa deformación de lo trágico por la industria cultural, lo que se produce mediante una relación parasitaria con el arte auténtico, en la cual aún podría haber una supervivencia de la substancia verdaderamente trágica. Según ellos, a pesar de la aludida despotenciación del sufrimiento, se vuelve necesaria una caricatura de la tragedia para llenar el enorme vacío de contenido que, forzosamente, forma parte de las mercancías culturales:

“La mentira no retrocede ante la tragedia. Así como la sociedad total no elimina el sufrimiento de sus miembros, sino que más bien lo registra y planifica, de

¹⁴ *Ibid.*, pág. 167. (trad. esp. pág. 190).

¹⁵ *Ibid.*, pág. 174. (trad. esp. pág. 196).

igual forma procede la cultura de masas con la tragedia. De ahí los insistentes préstamos tomados del arte. Éste brinda la sustancia trágica que la pura diversión no puede proporcionar por sí misma, pero que sin embargo necesita, si quiere mantenerse de algún modo fiel al postulado de reproducir exactamente el fenómeno. La tragedia, reducida a momento previsto y consagrado del mundo, lo marca con su bendición.”¹⁶

Lo que restó de los sujetos en el capitalismo tardío es designado por Horkheimer y Adorno como “pseudo-individualidad” y en ella queda eliminada la posibilidad de que los (pseudo) individuos recuperen su condición de sujetos plenos, superando la de ser “simples puntos de cruce de las tendencias del universal”¹⁷ Exactamente por eso la representación de lo trágico en el ámbito de la industria cultural se agota en la imagen de un individuo atomizado que pasa por dificultades y las supera, saliendo de la situación del mismo modo en que entró, según la fórmula de “getting into trouble and out again”¹⁸, que, según Horkheimer y Adorno, se originó en las operetas centro-europeas ochocentistas y tuvo su banalidad totalmente transferida para los esquemas de las mercancías culturales.

Esa banalidad se consume enteramente en el fetichismo específico para ese tipo de mercancías, lo cual realiza el quinto y último operador para la caracterización de la industria cultural “clásica”. Antes de enfocar la versión del fetichismo aplicable a los productos culturales, establecidos por Horkheimer y Adorno en la *Dialéctica de la ilustración*, es interesante recordar algunos tópicos de su versión original, marxiana –consecuente con las mercancías en general–, tal como se encuentra en el primer capítulo de tomo I de *El capital*.

Al establecer el concepto de *valor* como determinado por el tiempo medio, socialmente necesario, para la fabricación de los productos demandados por una sociedad específica, teniendo en cuenta obligatoriamente su etapa de desarrollo de las fuerzas productivas, Marx piensa en la mercancía como un objeto que ostenta, dialécticamente ligados a ese valor *tout court*, un valor de uso –también un índice de su utilidad social– y un valor de cambio, es decir, una equivalencia con otras mercancías, de modo que se vuelve posible el intercambio entre ellas. Naturalmente, en el sistema capitalista plenamente desarrollado el valor *tout court* se realiza, por un lado, de manera más perfecta en función de la existencia de la maquinaria;

¹⁶ *Ibid.*, pág. 174. (trad. esp. pág. 196).

¹⁷ *Ibid.*, pág. 178. (trad. esp. pág. 199 s.).

¹⁸ *Ibid.*, pág. 151. (trad. esp. pág. 174 – en la traducción española quedó: “meterse en los líos y salir a flote”).

por otro lado, la convertibilidad, típica del valor de cambio, es pensada preferentemente en función de lo que Marx llama “forma de equivalente del valor”, que es la de una mercancía-comodín que puede ser colocada en lugar de cualquier otra, a saber, el dinero.

Luego de analizar exhaustivamente las relaciones entre valor, valor de cambio y valor de uso en una mercancía, Marx se propone analizar lo que llama su “carácter de fetiche”. De acuerdo con él, ese carácter de fetiche de la mercancía se origina en el hecho en que en su naturaleza de cosa esconde relaciones sociales, de explotación del trabajo por el capital. Ésa es la razón por la cual la mercancía se vuelve algo misterioso, místico y “metafísico”: a pesar de ser un objeto inanimado, parece tener vida propia, fuera del control tanto de aquellos que lo producen cuanto de aquellos que lo consumen. Para Marx, esto ocurre porque,

“El valor, en consecuencia, no lleva escrito en la frente lo que es. Por el contrario, transforma a todo producto del trabajo en un jeroglífico social. Más adelante los hombres procuran descifrar el sentido del jeroglífico, desentrañar el misterio de su propio producto social, ya que la determinación de los objetos para el uso como valores es producto social suyo a igual título que el lenguaje.”¹⁹

Es oportuno recordar que, antes de la formulación de la *Dialéctica de la ilustración*, Theodor Adorno ya había propuesto en su texto “Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha”, de 1938, un modelo para entender el fetichismo que se liga a la mercancía cultural. Según él, mientras en la mercancía común el carácter de fetiche tiene como objetivo ocultar la calidad de valor-trabajo que esta posee, mediante la idolatría que su aspecto de cosa vivaz, en el cual las relaciones de explotación quedan como sumergidas, en el bien cultural la supuesta ausencia de valor de uso se transforma, ella misma, en valor de uso.

Cuando Adorno piensa en un valor de uso meramente supuesto en el bien cultural, lo hace teniendo en cuenta al Kant de la *Crítica de la Facultad de Juzgar*, para quien el objeto que puede ser considerado bello no posee ninguna utilidad práctica inmediata, lo que implica que el juicio que hacemos sobre él está desprovisto de cualquier interés, incluso aunque sea universal y necesario. Según Kant, esa forma de juzgar no obedece a la forma habitual –lógica–, de atribución de un predicado a un sujeto, sino que se realiza por un sentimiento de placer desinteresado, que puede ser comulgado por todos cuantos se pusieren en presencia de ese mismo objeto.

¹⁹ Karl MARX, *Das Kapital*, Vol. I, Berlin: Dietz Verlag, 1981, pág. 88. (Trad. Siglo XXI Editores, Vol. I, pág. 90-1).

Tales características hacen que, para Kant, el juicio estético carezca de *concepto*, oriundo apenas de lo que denomina “juego libre de la imaginación y del entendimiento”²⁰. El correlato objetivo de ese “juego libre” es lo que Kant considera una *finalidad meramente formal*, lo que, en la práctica significa que la cosa bella –que puede ser una obra de las bellas artes o un objeto de la bella naturaleza– no tiene una utilidad inmediatamente explicitada en aquella aprehensión, que, no obstante, señala su “belleza”²¹.

Teniendo en cuenta tales consideraciones de Kant sobre el juicio de gusto, Adorno afirma, en el texto sobre el fetichismo en la música, que, bajo el predominio de la cultura masificada, la presumida inutilidad del bien cultural, en lugar de subvertir el carácter mercantil del producto acaba por reforzar el carácter de valor de cambio que éste, en una sociedad capitalista, necesariamente posee:

“en el ámbito de los bienes culturales se impone el valor de cambio de manera particular. Pues éste ámbito aparece en el mundo de las mercancías precisamente como si estuviera excluido del valor de intercambio, como algo inmediato a los bienes, y a esta apariencia es, nuevamente, a lo único que deben los bienes culturales su valor de cambio. El consentimiento social armoniza la contradicción. La apariencia de inmediatez se apodera de lo mediato, del propio valor de cambio.”²²

Al retomar la argumentación análoga a la del texto “Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha”, Horkheimer y Adorno enfatizan, en el capítulo sobre la industria cultural de la *Dialéctica de la ilustración*, la extensión del carácter de fetiche de la mercancía a todo el ámbito de la cultura, explicitando de modo aún más claro algo que quedara apenas implícito en el texto de 1938, a saber, la relación de la concepción kantiana de la “finalidad sin fin” con la noción marxiana de fetichismo. Esta relación se da por la inversión, operada por la industria cultural, de la ausencia de vínculo de los objetos considerados bellos con designios inmediatos de la vida práctica, tal como la pensara Kant, de modo que la posible ausencia de valor de uso en un bien cultural se vuelve, potencialmente, un incremento en su valor de cambio: “El principio de la estética idealista, finalidad sin fin, es la inversión del esquema al que obedece socialmente el arte burgués: inutili-

²⁰ Immanuel KANT, *Kritik der Urteilskraft*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1986, pág. 132.

²¹ Cfr. *Ibidem*, pág. 135.

²² Theodor W. ADORNO, *Dissonancias. Musik in der Verwalteten Welt*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1982, pág. 20. (*Dissonancias*, en *Obra completa 14*, trad. Gabriel Menéndez Torrellas, Madrid, Akal, 2009, pág. 25 s.).

dad para los fines establecidos por el mercado.”²³. En otras palabras, la autonomía del arte permite que la industria cultural efectúe una especie de sobrevalorización de sus mercancías, no –como en la mercancía convencional– en función de su utilidad, sino de su virtual “inutilidad”, de su exclusión de la lista de los géneros de primera necesidad, haciendo, de este modo, que adquieran cierta “nobleza”. Ello significa que la ausencia de valor de uso, que en las mercancías comunes significa la pura y simple exclusión del mercado, en la mercancía cultural genera el establecimiento de un valor de cambio cuantitativamente superior. Lo que queda, según Horkheimer y Adorno, es apenas la moneda de la ostentación:

“Lo que se podría denominar valor de uso en la recepción de los bienes culturales es substituido por el valor de cambio; en lugar del goce se impone el participar y estar al corriente; en lugar de la competencia del conocedor, el aumento de prestigio. (...) El valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su valoración social, que ellos confunden con la escala objetiva de las obras, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que son capaces de disfrutar.”²⁴

Para finalizar estas consideraciones sobre la versión “clásica” de la industria cultural, es interesante observar que todos sus operadores, en la visión crítica de Horkheimer y Adorno, tienen como presupuesto una comparación de las mercancías culturales, en tanto producto típico de la cultura de masas, con las obras de arte propiamente dichas, las cuales tuvieron su apogeo en la fase consolidada del capitalismo liberal. Para los autores, aunque tales obras sean de origen burgués, el refinamiento de su elaboración (lo que llaman su “ley formal”) es un modo de encapsulamiento –de cifrado– de ansias de libertad y emancipación que incluye a toda la humanidad y no solamente a la burguesía, característica que contrasta con la mercancía cultural, cuyo horizonte se limita a la satisfacción de la demanda de las masas a través del entretenimiento, proporcionando gran lucro a sus inversores, al mismo tiempo que se coloca a disposición del capitalismo tardío para ayudar a garantizar el mantenimiento de su orden injusto y excluyente.

²³ Theodor W. ADORNO y Max HORKHEIMER, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 181 (trad. esp. pág. 202).

²⁴ *Ibid.* (trad. esp. pág. 203).

2. LA INDUSTRIA CULTURAL DE HOY

Considerando que tras la muerte de Adorno en 1969 y de Horkheimer, en 1973, han ocurrido muchas cosas en lo que concierne a la geopolítica mundial, a la revolución en las costumbres y también a la propia matriz tecnológica de la cultura de masas, los continuadores de la crítica a la industria cultural tienen delante de sí la tarea de interpretar esos nuevos fenómenos con las herramientas conceptuales legadas por Horkheimer y Adorno, así como por otros autores a ellos asociados.

Con respecto a las grandes transformaciones en la geopolítica mundial en las últimas décadas se destaca el advenimiento de la llamada “globalización”, por medio de la cual la situación de conflicto entre dos bloques súper-poderosos, el norteamericano y el soviético, conocida como “guerra fría”, dio lugar a un escenario unificado bajo el predominio casi absoluto de los Estados Unidos de América. Para una sucinta caracterización de la globalización, recurro a las posiciones de Ulrich Beck y de Scott Lash sobre este tema, las cuales tienen en común la tesis de la decadencia de la clase trabajadora organizada, que hasta finales del siglo XIX era un contrapeso en relación a la tendencia internacionalizadora del capitalismo. Según estos autores, ella se convirtió en una especie de “subclase” que ya no posee la relativa influencia política que llegó a tener en las democracias liberales y fue desbancaada por una nueva y próspera clase media, compuesta por detentadores de conocimiento tecnológicamente más estratégico (especialmente las tecnologías de información y comunicación). En esa situación ocurre que,

“si la clase media postindustrial (principalmente) y la clase obrera cualificada (marginamente) son los «ganadores de la reflexividad» en el actual orden capitalista mundializado, esta tercera clase que se ha producido por degradación a partir del proletariado clásico de la modernidad simple, son los “perdedores de la reflexividad”, el nivel más bajo y el tercio en gran medida excluido de nuestra «sociedad de dos tercios» de finales del siglo XX”²⁵.

A diferencia del comienzo del siglo XX, cuando los capitalistas “clásicos” encontraron en los trabajadores socialistas, también en proceso de internacionalización de su movimiento, un límite a la expansión mundial, hoy “las empresas globales están actuando hasta la fecha *sin* tener ningún contrapoder —transnacional— en-

²⁵ Scott LASH, “La reflexividad y sus dobles. Estructura, estética, comunidad”, en U. Beck, A. Giddens y S. Lash *Modernización Reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Trad. Jesús Alvares, Madrid: Alianza, 1997, pág. 161.

frente”²⁶, una vez que su progresiva robustez significa también un proporcional enflaquecimiento de los Estados nacionales que, en el período del capitalismo liberal y monopolista “convencional” (es decir, aún no-globalizado), fueron un factor importante de mediación y organización de las sociedades, de su política y de su economía. En la actual situación, esos Estados están cada vez más privados de medios de mediación y pacificación de los conflictos generados por las desigualdades sociales, cuyo crecimiento en el mundo globalizado es evidente. La concentración económica, por ejemplo, llegó a tal punto que, a comienzos del proceso de globalización, 358 billonarios poseían más de la mitad de todo lo que la humanidad percibe²⁷. A pesar de que estos números, que no se modificaron sensiblemente en las últimas décadas, apuntan hacia un evidente deterioro en las condiciones de vida de la mayoría de la población, hay quien cree que la globalización puede ser caracterizada también por la posibilidad de mayor intercambio entre personas de todas las partes del mundo, engendrando incluso experimentos culturales totalmente nuevos. Para Beck, por ejemplo, la globalización es un proceso objetivo que ocasiona vínculos y espacios sociales transnacionales, valoriza culturas locales e incentiva la aparición de “terceras culturas”, es decir, culturas esencialmente mixtas:

“La singularidad del proceso de globalización radica actualmente (y radicará sin duda en el futuro) en la *ramificación, densidad y estabilidad de sus recíprocas redes de relaciones regionales-globales empíricamente comprobables y de su autodefinición de los medios de comunicación, así como de los espacios sociales y las citadas corrientes icónicas en los planos cultural, político, militar y económico*”²⁸.

Resulta oportuno observar que, al tratar la globalización, Beck menciona automáticamente la cultura de masas, lo que sugiere que ésta sea realmente congenial a aquel tema. A pesar de tener apologetico²⁹ en su posición, también él reconoce el

²⁶ Ulrich BECK, *Was ist Globalisierung?*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1998, pág. 14. (¿Qué es la globalización? Trad. Bernardo Moreno, Barcelona, Paidós, 1998, pág. 16.)

²⁷ Cfr. *Ibidem*, pág. 254 s.

²⁸ *Ibidem*, pág. 31 (trad. pág. 37). Cfr. pág. 151.

²⁹ Un ejemplo de la apología moderada de la globalización, hecha por Beck, está en su valoración positiva del hecho de que la difusión mundializada, vía satélite, de imágenes de opulencia, consecuentes con la vida de los (relativamente pocos) centros de poder global, ocasione, incluso en las bolsa de mayor miseria posible, el conocimiento de que existen otras realidades y la perspectiva de que la propia situación de indigencia de esas personas pueda cambiar para mejor: “Numerosas personas en numerosas partes del mundo sueñan con y ponderan la mayor amplitud de vida «posible», como si ya hubieran vivido esto alguna vez en su vida. Una fuente primordial de este cambio son los medios de comunicación de masas, que aseguran una oferta fecunda y duradera para esta «vida posible». De este modo se establece una proximidad imaginaria con figuras simbólicas de los medios de comunicación. Las gafas con las que las personas ven y valoran sus vidas, esperanzas,

peligro de manipulación ideológica, de pura y simple masificación a escala planetaria, considerando la concentración de poder económico de los medios globales sin paralelo en la historia:

“Las empresas que se proponen dominar el mercado con la fabricación de símbolos culturales universales utilizan a su manera el mundo sin fronteras de las tecnologías de la información (...). Los satélites permiten superar todas las barreras de clase y las fronteras nacionales e introducir el rutilante mundo –cuidadosamente amañado– de la América blanca en los corazones de los hombres en todos los rincones del planeta.”³⁰

Una posición más homogéneamente crítica que la de Beck, puede encontrarse en los escritos de su interlocutor en el tema de la “modernización reflexiva”, Scott Lash. Este llama la atención sobre la posibilidad concreta del fenómeno de la exclusión crónica que amenaza no solamente en los países del tercer y cuarto mundo, como también en aquellas parcelas menos favorecidas de los países capitalistas más desarrollados, en virtud de la política neo-liberal que predominó en toda la década de 1990 y buena parte de la década de 2000 y desmontó el *welfare state*, construido en aquellos países a partir de finales del siglo XIX. Para Lash, esa exclusión es consecuencia del hecho de que esas capas más pobres tengan un papel más pasivo en tanto consumidores de mercancías culturales:

“mediante la televisión (que incluye las comunicaciones por satélite y cable, la radio, los vídeos, etc.), la nueva clase baja, si bien no se sitúa en el ámbito de *manipulación* de la información, sí queda en el ámbito *receptor* de las comunicaciones, y especialmente de la comunicación de símbolos e imágenes, de las estructuras I+C. Esta disparidad –entre adquisición de capacidades de procesamiento de símbolos y acceso al flujo de símbolos en las estructuras I+C, entre el acceso a la emisión de símbolos y su recepción– ha sido y será cada vez más una poderosa mezcla para la crítica política y cultural heterodoxa por parte de negros, mujeres y otras minorías étnicas: por parte de las propias «zonas salvajes».”³¹

A pesar de que las posiciones asumidas por los estudiosos de la globalización ya mencionados no sean totalmente concordantes entre sí en lo tocante a la cultura de masas y contengan elementos cuestionables, ellas vuelven innegable el hecho de que este importante acontecimiento geopolítico puso de nuevo espontáneamente

derrotas y situaciones diversas, están hechas desde el prisma de la vida posible que la «tele-visión» presenta y celebra de manera ininterrumpida” (Ibíd., pág. 99. Trad. pág. 115).

³⁰ Ibíd., pág. 82. Trad. pág. 96.

³¹ Scott LASH, “La reflexividad y sus dobles”, ob. cit., pág. 167.

en discusión el tema de la industria cultural, que, fuera de los círculos de especialistas, parecía relegado a un segundo plano en los abordajes de las ciencias sociales y humanas.

Dieter Prokop, por ejemplo, en relación a la referida congenialidad de la discusión sobre la industria cultural con la de la globalización, afirmó que, apenas después de su surgimiento, se consumó la “aldea global” prevista por McLuhan, como mercado mundializado de la comunicación:

“La situación mundial de los medios de comunicación, que desde Marshall McLuhan nos complace imaginar como una ‘aldea global’, porque las mismas películas y programas son vistos alrededor del mundo, es ahora, antes que nada la de un mercado global. En él se lanzan pocas grandes empresas en una competencia intensiva en capital por los mercados del público y la publicidad.”³²

A partir del estudio realizado por Prokop, se constata que, en la formación de los enormes oligopolios actuales de los medios, existe una evidente tendencia al predominio de conglomerados transnacionales que anteriormente actuaban en otros ramos y que migraron para la industria del entretenimiento o simplemente diversificaron sus negocios invirtiendo sólidamente en ella. Ejemplo de este proceso, común en la “industria cultural global”, es la compra, por grandes corporaciones de “hardware” electrónico, de empresas de entretenimiento, una vez que el producto de éstas es ahora considerado como su correspondiente “software”³³.

³² Dieter PROKOP. *Medien-Macht und Massen-Wirkung. Ein geschichtlicher Überblick*, Freiburg i. B.: Rombach, 1995, pág. 337.

³³ Los ejemplos más típicos son el de Sony, que en 1989 compró a *Coca Cola Company* la antigua firma cinematográfica *Columbia Pictures*, o el de Matsushita (propietaria de las marcas Panasonic, JVC y Technics), que compró en 1990 el conglomerado MCA/Universal. Al lado de esos casos de compra de empresas de entretenimiento por conglomerados de la industria electrónica, hubo también ejemplos de empresas que desde el principio actuaban en el ramo de las comunicaciones, como fue el caso del australiano Rupert Murdoch, que constituyó un conglomerado que incluye actualmente, además de un cadena de informativos, un estudio cinematográfico (*Twentieth Century-Fox*), una red de televisión (*Fox-TV*) y sistema de transmisión vía satélite (*Sky*), que actúan en varios países y transmiten su programación para prácticamente todo el mundo. Un ejemplo semejante es el de “*Time Warner*”, producto de la fusión, ya en 1989, de dos gigantescas empresas norteamericanas de *media*. Su gigantismo aumentó más aún en virtud de la fusión, en 2001, con el mayor proveedor de Internet del mundo, AOL. Fuera de éstos, está también el caso de la *Viacom*, que era originariamente la mayor negociante de derechos autorales en televisión de los EUA y adquirió, en 1994, otro tradicional estudio cinematográfico –*Paramount*–, con el objetivo de formar una poderosa red de televisión (lo que, actualmente, mejor caracteriza a *Viacom* son sus múltiples canales de cable, franquiciados y con programación exhibida en los cuatro confines del mundo: los más conocidos son el canal infantil *Nickelodeon* y, principalmente, el canal de televisión global *MTV*, adquirido a la *Warner* en 1985) (cfr. *Ibid.*, pág. 337 s.).

En lo que concierne a la matriz tecnológica de la industria cultural global, es evidente que está marcada por el surgimiento y por los desarrollos en el campo del registro, de la generación y de la transmisión de sonido e imagen por medios digitales dado que ese sistema es mucho más flexible, permitiendo la compresión de informaciones –tratadas como datos computacionales– y economizando tanta capacidad de transmisión, que se puede transmitir sonido e imagen de alta calidad incluso por medio de cables telefónicos. Más allá de eso, a través de satélites con transmisión digital, se pueden ofrecer centenares de canales de televisión alrededor de todo el mundo.

La TV digital (también de señal abierta), que hoy ya es una realidad en todo el mundo, tuvo como antecesora el desarrollo de interfaces gráficas como las de las plataformas Apple y Windows en los ordenadores personales, desde finales de los años ochenta y comienzos de los noventa. La posibilidad –hoy realizada– de que los computadores compitan con medios como la radio y la televisión era, hace treinta años, prácticamente nula, pues aunque ya existían las redes de computadores, éstas estaban restringidas en primer lugar al uso estratégico-militar³⁴, luego científico y sólo recientemente (a partir de inicios de la década de 1990), comercial y empresarial.

El papel mediador de la computación gráfica –empleada en los computadores individuales a partir de la década de 1980– en el proceso de progresiva digitalización en los medios de la industria cultural consistió en el hecho de que, por un lado, eliminó la necesidad de conocimiento del lenguaje de programación, el cual restringía el uso de la *Internet* incluso después de no tener ya solamente un carácter estratégico-militar. De este modo, la red mundial de computadores experimentó (y continúa experimentando) una enorme expansión desde el inicio de los años 1990, proceso por el cual los micro-computadores se fueron transformando en competidores directos de los vehículos tradicionales de telecomunicaciones de la industria cultural: radio y televisión.

Por otro lado, incluso antes de la posibilidad técnica (por lo menos en términos de mercado) de vehicular sonidos e imágenes “realistas” por *Internet*, las animaciones de computación gráfica usadas en los *websites* ya ensayaban cierta emulación de los contenidos de los medios tradicionales. Actualmente, técnicas de compre-

³⁴ *Internet*, por ejemplo, tuvo su origen en la corrida espacial de los norteamericanos con los soviéticos, en el período de la “guerra fría”, en los años 1960 (cfr. Stephen SEGALLER, *Nerds 2.0.1: A Brief History of the Internet*, New York: TV Books, 1999, passim).

sión de audio y vídeo, así como la transmisión de datos en banda ancha permiten enviar al micro-computador conectado a Internet programaciones típicas de la cultura de masa, tales como películas, eventos deportivos, espectáculos, etc., en una tendencia a la fusión completa de estos medios con los tradicionales. Las llamadas *Smart TVs*, que reciben tanto la programación vía antena o cable (analógica y digital) cuanto directamente de Internet, representan la consolidación de esa tendencia en el mercado de electrodomésticos.

Para comprender críticamente la situación actual de la cultura de masas, sería interesante pasar revista a los cinco operadores de la industria cultural “clásica” mencionados arriba, teniendo en cuenta las características de lo que llegó a ser llamado “industria cultural global” y aquí denomino “industria cultural 2.0”.

En lo que respecta a la “manipulación retroactiva”, es interesante resaltar que el *medium* caracterizador por excelencia de la nueva industria cultural –Internet– está estructurado de modo tal que permite respuestas inmediatas, y en absoluto complicadas, por parte del receptor del mensaje, que, en todo momento, tiene condiciones de volverse él mismo emisor de contenidos. Para comprender el significado de esa doble mano en el flujo de informaciones, se debe recordar que los medios principales de la industria cultural “clásica” eran unidireccionales, siendo que, para enfatizar el carácter autoritario de la estructura material de la cultura mercantilizada, Horkheimer y Adorno llegaron a comparar el principal medio de telecomunicaciones de masas de su época –la radio– con el aparato que había revolucionado poco tiempo antes las telecomunicaciones, pero parecía no estar actualizado respecto a la estructura de la sociedad que se estaba gestando en aquella época, es decir, el teléfono:

“El paso del teléfono a la radio ha separado claramente los papeles. Liberal, el teléfono dejaba aún jugar al participante el papel de sujeto. La radio, democrática, convierte a todos en oyentes para entregarlos autoritariamente a los programas, entre sí iguales, de las diversas emisoras.”³⁵

En el modelo actual de cultura de masas predomina lo que llamé en otro lugar³⁶ la “capilarización”, a saber, la posibilidad de penetración de mensajes audiovisuales y textuales en todo el mundo, con una característica no existente en los medios tradicionales: la capacidad de respuesta inmediata a los estímulos utilizándose el

³⁵ Theodor W. ADORNO y Max HORKHEIMER, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 142 s. (trad. esp. Pág. 266 s.).

³⁶ Rodrigo DUARTE, *Industria cultural: una introdução*, ob. cit., pág. 96 s.

mismo vehículo de recepción del mensaje, al cual se le da también el nombre mágico de “interactividad”. Esto difiere mucho, naturalmente, de lo que ocurre en medios como la radio y la televisión, que siempre se valieron del teléfono como un instrumento de *feedback* de la recepción de sus mensajes. Este sistema dependía, no obstante, de la existencia de dos canales –otrora– separados e independientes de comunicación, lo que dificultaba una respuesta precisa al emisor principal del mensaje (la estación de radio o televisión, por ejemplo), ya que su señal podría alcanzar también localidades no contempladas por redes de telefonía.

Este problema tiende a no existir en el ámbito de la industria cultural moderna, pues, por un lado, la flexibilidad de los medios digitales facilita sobremanera la expansión de las redes físicas de telecomunicación, incluso con el uso de satélites, redes de fibra óptica y señales terrestres de radio, instituyendo también una convergencia de los medios, como, por ejemplo, simultaneidad de transmisión digital de señales de telefonía, audiovisuales etc. De este modo, la capilarización es también consecuencia de la característica tecnológica de los nuevos medios, de acuerdo con la cual no existe un abismo tan grande como lo había en los dispositivos analógicos, entre los transmisores y los receptores de mensajes. Una consecuencia directa de esa característica de los medios actuales es que, hoy, es mucho más fácil emitir mensajes, tanto textuales como audiovisuales, lo que significa no solamente que la red de emisoras “oficiales” aumentó drásticamente en función del abaratamiento de los equipamientos de generación y transmisión digital, sino también que pasó a existir algo impensable hace veinte años: una red de emisoras privadas de informaciones audiovisuales. Ejemplos de ello son las centenas de millares de videos privados exhibidos en sitios como *YouTube* o las llamadas de video realizadas de computador a computador (por sistemas como *Live Messenger* o *Skype*), o incluso aquellas realizadas por *smartphones* o *tablets*.

El carácter “interactivo” ya mencionado de los medios predominantes en la industria cultural de hoy (“global”, “digital”, o como se quiera denominar) podría sugerir que ésta, ya desde el punto de vista de su materialidad tecnológica, tiene posibilidades libertadoras inexistentes en la versión “clásica”. No obstante, y sin querer subestimar el papel que han tenido –y pueden tener– dispositivos como las redes sociales en movimientos democratizantes, de la primavera árabe a los *outrageous* norteamericanos contrarios a la dictadura de Wall Street, no es difícil constatar que el componente “liberal” del teléfono, al ser incorporado en los medios de masa (y no solamente en los computadores conectados a Internet, sino también,

actualmente, en las TVs digitales, por ejemplo), no garantizó una mayor sintonía entre las agencias difusoras con los anhelos legítimos de las masas, sino que solamente hizo que el proceso de “manipulación retroactiva” se perfeccionase a partir del carácter bidireccional de los nuevos medios digitales, en beneficio de aquéllas y en detrimento de éstas.

Este perfeccionamiento queda garantizado por nuevas formas de coerción, entre las cuales la más evidente es la que Christoph Türcke denominó “coerción a la emisión”. Este término fue acuñado certeramente para describir una actitud generalizada de las masas de los países donde existe una industria cultural desarrollada, según la cual la persona se ve obligada a emitir datos de forma permanente, bajo pena de caer incluso en un estado depresivo. Es remarcable el hecho de que la industria cultural “clásica”, en virtud de la propia matriz tecnológica de la época, al determinar una coerción difusa apenas hablaba de la recepción de los mensajes: las masas eran llevadas, tanto como fuera posible, a ocupar su tiempo, incluso el de trabajo (cuando esto era posible), con el consumo de las mercancías culturales ofrecidas por los medios tradicionales de la cultura de masa. En la industria cultural digitalizada, como consecuencia de las características tecnológicas apuntadas anteriormente, la coerción no se limita a la recepción, sino que se extiende obligatoriamente a la emisión. Poco importa el contenido de lo que es emitido, es forzoso que se transmita algo ininterrumpidamente: mensajes por el celular, actualización del blog personal o de la página en redes sociales (llevada al paroxismo por *Twitter*), mensajes a los amigos y/o familiares. No es ocioso recordar que el advenimiento de la coerción a la emisión, en la medida en que instituye el imperativo de las “respuestas” a los estímulos de las agencias centrales de producción, duplica para el sistema de dominación los dos aspectos principales de la industria cultural: el económico, dado que las emisiones rinden millones a los proveedores de servicios de telecomunicaciones (como se vio, hoy, también productores de “contenidos” de la cultura de masas), y el ideológico, pues la simple emisión que obedece a la coerción difusa funciona de suyo como una adhesión al sistema como un todo.

Y ello ocurre principalmente de dos maneras: en tiempos de transmisión fácil y barata de datos digitalizados, no solamente los textos, sino también –y tal vez principalmente– imágenes, estáticas o móviles, incluso sonorizadas, constituyen el formato de los mensajes emitidos. Este concepto es lo suficientemente amplio como para abrigar emisiones de carácter privado, permitidas por la difusión de los aparatos digitales, en los cuales la persona puede, con un pequeño aparato (un *Smart-*

phone, por ejemplo), enviar mensajes mono o multimediáticos, incluso a través de producciones audiovisuales caseras, elaboradas por medio de *softwares* de edición del propio dispositivo de bolsillo.

Por otro lado, existen también, en el ámbito de la coerción ya mencionada, las emisiones que suponen la sumisión de quien emite al esquema de las transmisiones profesionales de las estaciones de TV: los *reality shows* y todos los programas en los que intrigas familiares y conyugales son transmitidas vía satélite para todo el país (o el mundo) pueden ser comprendidos como una especie de *feedback* –el perfeccionamiento ya señalado de la “manipulación retroactiva”–, por medio del cual la coerción a la emisión de la industria cultural de hoy converge con la coerción a la recepción, típica de la versión clásica.

Para Christoph Türcke, el poder de la coerción a la emisión puede ser explicado por motivaciones de fuerte carácter existencial, en el cuadro de fragilización psíquica de los consumidores más típicos de la industria cultural:

“El [computador/red] tiende a ser no solamente el instrumento universal de trabajo, sino también el punto nodal técnico, centro nervioso social e individual, en el cual el procesamiento y la transmisión de datos, la televisión y la telecomunicación, la ocupación de trabajo y de ocio, la de concentración y de distracción, de *in* y *out*, el ser notado e ignorado, pasan uno a otro hasta no distinguirse. Cargar, emitir y recibir datos se vuelve la actividad en general. La coerción a la ocupación se especifica en coerción a la emisión (*Sendezwang*). Esta se vuelve, sin embargo, una manifestación existencial de vida. Emitir significa ser percibido: ser. No emitir significa no ser –no solamente presentir el *horror vacui* del echarse ocioso, sino el ser tomado por un sentimiento: de hecho, no hay yo en modo alguno.”³⁷.

En este cuadro, en el que la mutación tecnológica de la industria cultural permitió una mayor aproximación de las agencias productoras y difusoras a su público masivo y, por ende, un perfeccionamiento en la “manipulación retroactiva”, también el segundo operador que extraje de la crítica de Horkheimer y Adorno a la cultura de masas clásica, la “usurpación del esquematismo”, pasa por alteraciones importantes, sin –naturalmente– dejar de existir, ya que es una piedra de toque de la dominación en el capitalismo monopolista. Considerando que, en la industria cultural “clásica” tenía lugar el procedimiento de intentar guiar la percepción de

³⁷ Christoph TÜRCKE, *Erregte Gesellschaft. Philosophie der Sensation*, Munich: C.H. Beck, 2002, pág. 43.

sus consumidores mediante la internalización de procedimientos cognitivos de hecho ajenos a ellos, en la versión actual, la emulación del proceso de esquematismo descrito por Kant parece haberse vuelto más perfecta en virtud de las características técnicas que le son peculiares.

La más evidente de éstas está en el realismo de sus productos: estar delante de un contenido audiovisual de alta definición y en 3D es casi como estar delante de objetos del mundo de nuestra experiencia más inmediata, con la diferencia de que, en esta última, hay espacio para acontecimientos imprevistos, los cuales pueden estimular nuestra imaginación y nuestro intelecto en una dirección poco interesante para los poderes constituidos, mientras que en una realidad totalmente virtual, compuesta de percepciones sintéticas, todo (o casi) puede ser controlado por instancias representantes de aquéllos. Si se toma en consideración la ya mencionada fragilidad psíquico-afectiva de muchos consumidores típicos de la industria cultural, falta poco para que crean que la verdadera realidad es la construida artificialmente por los medios, mientras aquella que –hasta ahora– normalmente se considera verdadera es fruto de la narrativa sin gracia de unos pocos malhumorados.

Otro perfeccionamiento evidente en la “usurpación del esquematismo” en virtud de la mutación tecnológica en la industria de la cultura de hoy es que la posibilidad de mayor agilidad en las respuestas del receptor de los mensajes, que como se vio, optimizó la manipulación retroactiva, también volvió la estructura de la percepción de las mercancías culturales potencialmente mucho más próxima a la de nuestro aparato cognitivo en general. Esto significa que no sólo materialmente (caso en que el carácter HD-3D de los contenidos se confunde con nuestra percepción normal de la “realidad”), sino también en términos formales: la evolución tecnológica emula nuestro *sensorium*, orientado todo el tiempo a un tipo de recepción de estímulos sensoriales que no es en modo alguno pasivo, dado que implica una constante corrección retroactiva de lo que se percibe (como si hubiese emisión de estímulos simultánea a la percepción de lo que viene de fuera). De este modo, se puede decir que, también en virtud de los mecanismos de *feedback* en la industria cultural digital, la usurpación del esquematismo se ha vuelto hoy mucho menos metafórica y más literal de lo que era en la industria cultural “clásica”.

La realización más completa de la “usurpación del esquematismo” tiene repercusiones evidentes en el tercer operador presente en la industria cultural “clásica”, a saber, “la domesticación del estilo”. Es interesante observar que, desde un punto de vista de recursos técnicos para la creación, la evolución de los medios digitales

trajo consigo un universo enorme de nuevas potencialidades, soñadas desde siempre por artistas plásticos, compositores, escritores, escenógrafos, etc. y no se niega en modo alguno que, eventualmente, surjan obras visuales, musicales, textuales o multimedia oriundas de un uso absolutamente creativo de estos nuevos recursos.

Pero la distinción entre obras de arte y mercancías culturales, que es uno de los pilares críticos del abordaje de Horkheimer y Adorno de la industria cultural “clásica” continúa valiendo casi ilimitadamente para la modalidad actual y, en este sentido, ocurre la misma estandarización de los productos, actuante como contraparte objetiva de lo que es la usurpación del esquematismo, en términos subjetivos. Esto, en principio, hace que el estilo de la cultura de masas digitalizada sea una prolongación casi idéntica de su versión original: la impresión que se tiene es la de que el mismo idioma estandarizado y *kitsch* se traspuso al lenguaje más flexible y pleno de recursos que los medios computacionales ofrecieran.

Una cuestión que merece una investigación más detenida y que aquí será apenas mencionada es la que se refiere a las posibilidades creativas que posee la enorme difusión de aparatos que permiten la producción y emisión de mensajes por parte de los individuos. Parece evidente que la “coerción a la emisión” (*Sendezwang*) mencionada anteriormente, en virtud de su carácter compulsivo e irreflexivo, genera inmediatamente la pura y simple reproducción, por parte de las masas, de los patrones provistos por la propia industria cultural en sus emisiones (simplemente con medios más bien modestos que la producción profesional). La precariedad de los contenidos (textuales y/o audiovisuales) emitidos por la mayoría de las personas salta a los ojos y debería ser vista como una consecuencia directa de la ininterrumpida colonización de los intelectos de las masas por la industria cultural, que en breve completará un siglo de existencia.

Pero la accesibilidad y difusión de recursos productivos multimedia, relacionada con lo que llamé más arriba de “capilarización” de la industria cultural digital, tiene dos aspectos dignos de ser destacados. El primero es que, con el pálpito de aproximarse a su público, que mientras tanto ya domina rudimentos del manoseo de recursos audiovisuales, las agencias productoras de mercancías culturales procuran apropiarse del lenguaje multimedia truncado de las personas comunes con sus *smartphones*, canibalizando una estética que, en el fondo, es el fruto del entrecruzamiento de un idioma establecido hiperconvencional con la precariedad típica de las herramientas *amateurs* de producción que se encuentran en las manos de las masas.

No obstante, más que insistir en las potencialidades de esta apropiación por la industria cultural de un lenguaje audiovisual y textual popular precario, es más interesante pensar que un aprendizaje exitoso en el manoseo de los dispositivos receptores y emisores de mensajes multimedia podría generar uno (o más) estilo(s) que se consolidase(n) en virtud de las interacciones de persona a persona, revelándose frente al monstruoso aparato de producción de mercancías culturales (incluso aunque, en este caso, aún haya una dependencia de la infraestructura física del propio sistema). Si fuese posible esa transformación de personas “comunes” en artistas colectivos, sería una reconciliación de la expresión de las masas con la creatividad –cosa que dejó de ocurrir desde que la industria cultural en sus inicios comenzó a apropiarse de los contenidos de las culturas populares tradicionales (así como lo hizo con los fenómenos más accesibles de la cultura erudita). Esa reconciliación significaría el resurgir de la cultura popular en tanto que legítima expresión de las masas, la cual no existe desde su mencionada absorción por la cultura mercantilizada– tan sólo en bases tecnológicas que aún no habían existido en toda la historia.

Respecto al cuarto operador de la industria cultural, “la despotencialización de lo trágico”, no habría mucho que agregar a las tendencias observadas en el desarrollo de la cultura de masas, incluso antes del advenimiento de la globalización y de la concomitante digitalización. Tales tendencias hablan acerca de la espectacularización que, desde el establecimiento del idioma típico de la industria cultural clásica, ha sido el principal elemento generador de catarsis en las masas y, con ello, ha obtenido un pretexto para justificar su existencia –su pretendida función social de ofrecer relajación de la tensión nerviosa de las personas sometidas a la explotación de su fuerza de trabajo durante todo el día (además del tránsito enloquecedor y de la precariedad de los transportes colectivos en el trayecto de casa al trabajo, de la generalizada incompreensión interpersonal ocasionada por el implante de psicopatologías que procuran comportamientos consumidores dirigidos por el sistema económico, etc.).

En este caso, lo que se observa es que la matriz digital de producción y difusión de contenidos audiovisuales permite una flexibilidad inusitada en la producción de la espectacularización, que, por su parte, es el principal agente de la despotenciación de lo trágico en la industria cultural contemporánea. El “getting into trouble and out again” ya mencionado puede ahora ganar contornos antes impensados en virtud de los efectos especiales más “realistas” que nunca. Posibilidades casi ilimitadas

de creación de animaciones que emulan la realidad exterior, no “reproduciéndola” (como en la cultura de masas tradicional), sino simulándola, mezclan el lenguaje de los antiguos dibujos animados con el de las películas tradicionales, produciendo un ambiente en que la figuración de la condición humana puede ser manipulada *ad libitum*.

Así, la ausencia de una dialéctica entre lo universal y lo particular, que ya ocurría en la industria cultural clásica, se vuelve aún más evidente en su versión digital, ya que, por un lado, un número considerable de los particulares –los individuos que no pueden adquirir la condición de los sujetos– son más débiles que en épocas anteriores y, por otro lado, el universal –el capitalismo en su versión monopolista globalizada– se ha convertido en más fuerte que nunca. La estética digital de la actual cultura mercantilizada parece enfatizar este enorme desequilibrio de fuerzas, exigiendo de las masas, sin embargo, la adhesión total al sistema que, sin que muchas veces lo perciban, las oprime.

El quinto y último operador de la cultura de masas clásica, el “fetichismo de la mercancía cultural”, se encuentra también claramente representado en la versión, digitalizada. Para comprender mejor el tema del fetichismo de la mercancía en la industria cultural global, es interesante tener en cuenta que su contenido está altamente condicionado por la tecnología digital. Desde el punto de vista del cambio estructural del sistema de comunicaciones a escala mundial salta a la vista la enorme concentración económica ya mencionada, lo que puede ser atribuido a la formación de monopolios (u oligopolios) de contenidos tanto de televisión y cine, como de *software* e incluso de información científica y tecnológica. La relación de esto con la “capilarización” está en que, en la otra punta, es decir, la del consumo, existe una tendencia a la indistinción entre los contenidos y la tecnología que los produce y/o vehicula, de modo que el consumidor de las mercancías culturales es, simultáneamente, un usuario de los dispositivos que recibe en forma de datos digitalizados, como asimismo puede emitir mensajes de la misma naturaleza, precisando para ello dominar ciertos rudimentos de la tecnología digital. Teniendo en cuenta esa diferencia fundamental de la industria cultural “clásica” y de la actual, Scott Lash observa que,

“En la era clásica de la *media*, la cultura consistía esencialmente en presentaciones. Una película, un programa de televisión, un romance, una canción *pop* –en cierto modo todo presentaba alguna cosa. En la nueva era de los medios, la cultura se vuelve menos presentación y más tecnología. Se torna algo que no solamente se ve, lee o escucha, sino también algo que se hace. En la cultura clásica

sica de los medios, el público era activo o pasivo. En las industrias culturales globales, es interactivo. Las industrias culturales clásicas trabajaban según el principio de la superficie, las industrias culturales globales lo hacen según a lógica del interfaz (*Logik der Schnittstelle*). En los multimedios consumimos simultáneamente contenido y tecnología.”³⁸

Considerando la mencionada “lógica del interfaz”, que puede ser entendida como un modo de imbricación del aspecto inmaterial de los mensajes transmitidos por la cultura de masas –su contenido propiamente dicho– con el material, es decir, la tecnología manifiesta en dispositivos, cuyo funcionamiento debe ser dominado por los usuarios, nos podemos preguntar hasta qué punto el fetichismo de las mercancías culturales, en el escenario actual, no reedita la versión clásica, investigada por Marx, en la medida en que la industria cultural de hoy puede ser definida también como el imperio de los *gadgets*, que, en último análisis, son el bastión de la materialidad en un escenario tendencialmente dominado por la presumida inmaterialidad de los contenidos y por la proto-materialidad de los flujos de *bytes* que los vehiculan.

Por otro lado, incluso si se insiste en este último aspecto –de la inmaterialidad y de la proto-materialidad de los contenidos digitalizados– existe un lado de la industria cultural actual que suscribe totalmente lo que Horkheimer y Adorno declararon sobre su versión clásica, a saber, la tendencial aniquilación del valor de uso de las mercancías culturales en detrimento de su valor de cambio, es decir, del fugaz prestigio concedido a quien está por dentro de la última novedad vehiculada en Internet (bajo este aspecto, es evidente la tendencia a la superación de la televisión por esta última).

De hecho, el “estar presente” (*dabei sein*), señalado por Horkheimer y Adorno en el texto de comienzos de la década de 1940, ha adquirido ahora un significado totalmente insospechado en aquella época, en la medida en que hoy, considerando la absurda velocidad de los medios de telecomunicación, la presencia física de alguien en un determinado evento es relativamente prescindible, en caso de estar virtualmente conectada con otro presente en términos físicos. La presencia “virtual” es considerada efectiva, lo que genera una especie de ubicuidad, hecho que multiplica las posibilidades del fetichismo en la industria cultural “clásica”. Parece

³⁸ Scott LASH, “Wenn alles eins wird. Wir leben im Zeitalter der globalen Kulturindustrie. Darin liegen auch Chancen”, *Die Zeit*, 5 de marzo de 1998. Es interesante observar que este rasgo típico de la industria cultural de hoy no deja de ser la realización plena de la idea presentada por McLuhan en la década de 1970, según la cual “el medio es el mensaje”.

ocioso mencionar que la “coerción a la emisión” ya aludida –imperativo característico de la industria cultural actual– tiende a funcionar como un elemento potenciador del fetichismo de las mercancías espirituales en la industria cultural de hoy.

Por fin, parece evidente que lo que se llama normalmente la “personalización” es una característica de la cultura de masas actual que se relaciona directamente con el fetichismo de las mercancías culturales. En este caso, la personalización es la tendencia de la industria cultural actual a, en lugar de producir necesariamente a gran escala con vistas a alcanzar un público masivo –como lo hacía la versión “clásica”–, ofrecer mercancías que suplan una demanda más calificada, procurando un público numéricamente más restringido, pero sin embargo con un poder de compra por encima de la media, por lo tanto, con la capacidad de pagar más por producto recibido, lo que compensa –a veces regiamente– la pérdida de competitividad por el no aprovechamiento de la economía de gran escala. Ejemplos típicos de esta tendencia son las TVs por contrato y las series especiales de discos de audio o video (hace veinte años, eran los CDs, después vinieron los DVDs y ahora los *Blue Rays* –incluso en 3D) que ofrecen productos más adelantados, cuyo consumo se inserta perfectamente en el mecanismo del fetichismo de los bienes culturales analizado sobradamente.

La relación de ese procedimiento mercadológico con la globalización está en que, no habiendo más barreras de bloques, como ocurría en la época de la “Guerra Fría”, y con las fronteras físicas entre países adelgazadas por la circulación mundial de informaciones virtuales, se vuelve atrayente la inversión en esa producción a menor escala, pero con alto rendimiento. Desde el punto de vista tecnológico, es evidente que la digitalización generalizada de los medios de generación, reproducción y transmisión de mensajes audiovisuales, con su flexibilidad infinitamente mayor de la de los medios analógicos, volvió mercadológicamente posible la existencia y circulación de tales productos más adaptados a un consumo no masivo, sin que el lucro disminuya (por el contrario, en muchos casos, aumenta).

Para cerrar este texto que ya se hace muy extenso, se puede concluir que la denominación “industria cultural 2.0”, atribuida al sistema de cultura de masas actual, es pertinente no solamente porque el número usado para designar la versión de un programa indica que se trata del desarrollo (de la digitalización, en el escenario de la globalización) de algo que, en su esencia manipuladora y opresiva, permaneció idéntico a sí mismo desde su advenimiento a principios del siglo XX.

Traducción del portugués brasileño: Mónica Herrera Noguera

UM ESQUECIMENTO E DOIS CONCEITOS*

A forgetting and Two Concepts

FABIO AKCELRUD DURÃO**
fadurao@yahoo.com

Fecha de recepción: 15 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 4 de septiembre de 2011

RESUMO

O presente ensaio aborda três tópicos diferentes. O primeiro é o virtual desaparecimento do horizonte da teoria literária contemporânea da ideia de que as obras de arte podem desejar ser autônomas. A politização das abordagens críticas tem levado ao esquecimento da luta que os textos fortes levam a cabo para ser eles mesmos. A segunda parte do ensaio discute a questão da superprodução semiótica. Aqui se propõe que, sob as atuais condições de produção linguística, o debate qualitativo da alta vs. a baixa cultura pode ser deslocado por um quantitativo, medido pela exposição à semiose capitalista. Na última parte, lida-se com o conceito de mediação pelas coisas, já desenvolvido por outros autores na bibliografia sobre a indústria cultural, para que se torne seu contrário. Que as coisas convertam-se em mídias e as mídias em coisas não é um feito da cultura, mas um sinal da supremacia da indústria.

Palavras-chave: indústria cultural; autonomia estética; superprodução semiótica; mediação pelas coisas.

RESUMEN

El presente ensayo aborda tres temas diferentes. El primero es la virtual desaparición, en el horizonte de la teoría de la literatura contemporánea, de la idea de que las obras de arte podrían querer ser autónomas. La politización de las aproximaciones críticas ha llevado al olvido de la lucha que los textos fuertes llevan

* O presente texto foi inicialmente apresentado em uma mesa redonda no *III Seminário Leituras da Modernidade*, realizado em março de 2011, na Universidade do Estado de São Paulo (Unesp), campus de Assis. Agradeço ao Prof. Gilberto Martins pelo convite e pelo incentivo para a elaboração da palestra. Traços de oralidade da apresentação tiveram que ser mantidos no texto.

** UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas.

a cabo para ser ellos mismos. La segunda parte del ensayo discute la cuestión de la superproducción semiótica. Aquí se propone que, en las actuales condiciones de producción lingüística, el debate cualitativo de alta vs. baja cultura podría ser sustituido por un debate cuantitativo, medido por la exposición a la semiosis capitalista. La última parte se aproxima al concepto de mediación a través de las cosas –ya desarrollado por otros autores en la bibliografía sobre la industria cultural– con el propósito de que se convierta en su contrario. El que las cosas se conviertan en medios y los medios en cosas no es un logro de la cultura contemporánea, sino un signo de la supremacía de la industria.

Palabras clave: industria cultural; autonomía estética; superproducción semiótica; mediación a través de las cosas.

ABSTRACT

This essay deals with three different topics. The first one is the virtual disappearance from the horizon of contemporary literary theory of the idea that artworks may desire to be autonomous. The politicization of critical approaches has led to the forgetting of the struggle strong texts carry out to be themselves. The essay's second part discusses the question of semiotic overproduction. Here it is proposed that under present conditions of linguistic production the qualitative debate of high vs. low culture may be replaced by quantitative one measured by the exposure to capitalist semiosis. In the last part, the concept of mediation through things, already developed in the bibliography on the culture industry, is approached in order to become its opposite. That things convert into media and media into things is not a proof of the achievement of contemporary culture, but a sign of the supremacy of industry.

Key words: culture industry; aesthetic autonomy; semiotic overproduction; mediation through things.

I

A indústria cultural tornou-se um campo de estudo e isso trouxe consequências importantes para a constituição do objeto. Se por um lado a inserção disciplinar cristaliza a expressão, facilitando assim o silenciamento bárbaro da tensão interna en-

tre cultura e indústria, como tão bem lembrou Robert Hullot-Kentor¹; por outro, a dinâmica do campo está inerente e necessariamente ligada à formação de novos conceitos, que fazem o conhecimento progredir. Esse movimento, no entanto —e isso não deveria espantar leitores de Adorno de Benjamin—, não acontece sem efeitos colaterais, desenvolvimentos simultâneos ao surgimento do novo, que podem comprometer sua fidelidade ao passado, bem como o horizonte daquilo que pode ser pensado no presente. Daí o primeiro argumento a ser elaborado neste ensaio: o de que os estudos sobre a indústria cultural paulatinamente esqueceram-se de algo que todos sabem (ou deveriam saber), mas que, justamente por sua obviedade teórica e crescente dificuldade prática, vem se subtraindo a nosso campo de visão. Trata-se da ideia de que existem artefatos que se recusam a ser formados por princípios pré-existentes, e que insistem em se constituir segundo procedimentos determinados por eles mesmos. Nos Estudos Culturais norte-americanos, assim como na teoria literária em geral, a crítica ao caráter de classe da estética em nome de vozes oprimidas com muita facilidade tem levado à desconsideração a respeito da interioridade dos textos. O adjetivo “grande” quando aplicado a uma obra de arte deixa de ser a causa de uma admiração, que por vezes beirava a devoção, para converter-se em motivo de raiva e ressentimento. Porém, a própria ideia de capital cultural já representa um distanciamento em relação ao contato direto com os artefatos, a uma experiência que se queira imediata. O fato de que, no capitalismo neoliberal de hoje, nada se subtrai ao mercado, acaba erigindo o ser-para-outro das obras em um princípio normativo, ignorando que a sujeição ao mercado não precisa ser total, que há esferas de (relativa) proteção, geralmente com a atuação do Estado, e que mesmo a indústria cultural permite, em situações bem específicas, que o excelente apareça.

É por causa de tudo isso que é necessário relembrar, aqui, que uma forma de conceber a história da arte é usar como fio condutor seu processo de libertação de elementos restritivos, que se estendiam desde fatores exteriores, como o sistema de mecenato, até componentes, a princípio, imanentes às obras, como a adequação a prescrições religiosas ou aos bons costumes. No limite, até a própria noção de gênero, que impera soberanamente na indústria cultural, chegou a ser problematizada por uma arte emancipada, pois a obra ambiciosa gostaria de ser plenamente autárquica, de fornecer ela mesma os parâmetros que a organizariam e aos quais obede-

¹ Robert HULLOT-KENTOR, “The Exact Sense in which the Culture Industry No Longer Exists” in F.A. DURÃO (ed.): *Culture Industry Today*, Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2010.

ceria. Com efeito, desde pelo menos o modernismo, a arte já não mais precisa se adequar a qualquer princípio preexistente: ela pode ser imoral ou amoral, ser sacrílega e iconoclasta, violenta, abjeta e até mesmo plenamente ofensiva. A conquista da autonomia estética foi resultado de uma longa e dura história, e é importante ter em mente que essa conquista é precária e frágil. A autonomia estética não pode ser tida como certa, pois nada impede que simplesmente desapareça como ideia e ideal –como está acontecendo agora. Sem dúvida, a libertação da arte de quaisquer amarras sociais ou psicológicas teve um caráter ambíguo na medida em que se, por um lado, permitiu uma individuação e profundidade sem precedentes, por outro, elevou o patamar daquilo que realmente merecia existir por si só, sem os andaimes da exterioridade. Justamente porque a liberdade tornou-se extrema, ficou muito mais difícil para a obra de arte aparecer como algo realmente digno de sua própria ambição de singularidade.

O esquecimento de que existem objetos que se querem autônomos e autárquicos, e que, para tanto, devem utilizar-se dos recursos mais avançados de sua arte, traz como consequência um apagamento de uma verdade paralela, a de que a indústria cultural, por princípio, impõe uma lei heterônoma fundamental à construção dos artefatos, a da lucratividade. A obrigatoriedade do lucro é muito mais rígida hoje do que antes. Como os investimentos envolvidos na produção de *blockbusters* são cada vez maiores –resultado da própria concentração de capital e da necessidade das empresas lutarem pelo monopólio (os custos de lançamento de filmes de alto orçamento já ultrapassa os de sua produção)– é cada vez mais necessário calcular muito bem as possibilidades concretas de se obter um retorno satisfatório. Essa dinâmica encoraja a utilização de fórmulas, de pré-moldados representacionais de sucesso já comprovado, que acabam levando à rigidificação dos gêneros e a uma lógica de repetição com pequenas variações – como exemplo na noção de amor romântico no cinema ou na canção, segundo a qual uma pessoa complementa perfeitamente a outra em uma vida harmônica a dois. Deveria ser desnecessário dizer que nada poderia estar mais distante das relações afetivas reais, permeadas de conflitos, decepções e necessidade de ajustes contínuos.

A indústria cultural não é má, não tem por detrás de si uma mente malévola que a controlaria com um objetivo específico; sua dominação ocorre, em vez disso, por meio da cristalização de hábitos e expectativas, reflexos mais ou menos condicionados, mesmo que historicamente variáveis, no âmbito da recepção. Se desenvolvidos a um grau extremo, esses hábitos e expectativas podem até mesmo crista-

lizar-se em uma estrutura que não apenas antecede o contato com as obras, mas que interfere no próprio sujeito, já pré-formando o aparato sensorial. A experiência de choque e a crescente aceleração do cinema e da música talvez possam servir de exemplos. Alguém com 50 anos é capaz de sentir *dentro de si* a diferença entre os filmes de hoje e os da década de 70. Ao assisti-los, hoje, parecem objetos arqueológicos, que habitam um outro universo espaço-temporal; e no entanto o indivíduo ainda é capaz de lembrar-se de como esteve próximo a eles no passado.

É isso que responde ao argumento ideológico de que a indústria cultural só fornece aquilo que deseja o público, pois o desejo do público não é fruto da espontaneidade, do gosto individual e autônomo, mas resultado de um longo processo de socialização por meio dos próprios produtos da indústria cultural. Para dar agora um exemplo do presente, considere o curioso funcionamento da palavra “sucesso” quando associada a canções no rádio. O que ela deveria designar seria algo como: “dentre tantas outras, esta música foi escolhida pelos ouvintes como a que mais os agrada”, mas na realidade ela significa: “esta música será incessantemente tocada e se você quiser interagir bem com as outras pessoas, que a estarão ouvindo, é melhor você gostar dela”. O mesmo vale para o anúncio da verba recorde de determinado filme. Longe de ser uma simples informação, a cifra é como uma *self-fulfilling prophecy* já anunciando a inescapabilidade do objeto. Sem dúvida, há muitos casos de produtos mal-sucedidos, que mesmo após ampla divulgação ficam aquém do que era esperado deles. Mas isso se deve menos ao exercício de um juízo de gosto do que a outras causas, como a competição com outras mercadorias.

Porém tudo isso não estaria se modificando na era da internet e dos computadores? Eles não teriam levado a um barateamento da infraestrutura comunicacional; não estariam colocando a indústria cultural em cheque? Por um lado não resta dúvida de que passamos hoje por um período novo, repleto de potenciais positivos, como a dificuldade, maior do que nunca, para o exercício da censura. Também é inegável que, para quem tem TV a cabo e internet (de preferência banda larga), a oferta de entretenimento é maior, e a interatividade vem se tornando uma possibilidade cada vez mais real. Mas é também necessário perceber que a história está em curso e vários mecanismos, tanto técnicos quanto jurídicos, vêm sendo desenvolvidos para assegurar e expandir a noção de propriedade privada de conteúdos, dificultando assim a circulação gratuita e irrestrita de material audiovisual. Por outro lado, é importante não se deixar ofuscar por uma imagem falsa de liberdade. O fato de a sociedade estar mais complexa leva à pulverização dos conteúdos

em nichos múltiplos, onde pareceria reinar o princípio fundamental do respeito à diferença. Em relação a isso é necessário observar que: a) a dispersão dos públicos não impede que haja uma homogeneização horizontal, que os perpassasse respeitando sua lógica interna (para tomar o exemplo: o amor romântico em séries de televisão para homossexuais); b) a dispersão de produtos coexiste, por um lado, com a manutenção da concentração (compare a audiência, no Brasil, de *The L Word*, na TV a cabo, com a do programa *Fantástico*, visto por milhões de pessoas) e, por outro, com a imensa expansão da conectividade. É muito mais complicado atualmente ter silêncio e conseguir ficar alheio à indústria cultural, às televisões nos restaurantes ou nos ônibus, o resto de música nos iPods dos outros etc. Hoje em dia, está mais difícil do que nunca se relacionar com a indústria cultural. Manter-se à margem, por aquilo que requer de esforço e pelo afastamento que gera da sociedade, não é desejável; submergir completamente, na esperança de poder julgar a tudo que se vê e ouve, é impossível, por causa da avalanche de mensagens, muito maior do que a capacidade de concentração de qualquer ser humano. Talvez a melhor postura seja aquela de quem não se fecha para o mundo, mas não abre mão do exercício da crítica: que se recusa, em outras palavras, a ser simplesmente entretido, se a condição para isso for o abandono do pensamento.

Como já observado no começo, não há novidade alguma, do ponto de vista da pesquisa, no que disse até aqui. Insisti em repeti-lo para que, ao perceber o estranhamento que a ênfase no em-si das coisas gera, seja possível perceber como essa perocupação está desaparecendo do horizonte do pensável.

II

Porém o novo não surge apenas com o esquecimento do óbvio, mas também com o desenvolvimento de fenômenos até então impensáveis. Gostaria agora de tratar, aqui, de duas ideias-chave que me parecem particularmente propícias para se descrever a indústria cultural nos dias de hoje em sua capacidade de realizar metamorfoses no âmbito dos objetos da cultura. A primeira delas é a de superprodução semiótica, que já apresentei em um ensaio,² mas que valeria a pena retomar e comentar neste contexto. O ponto inicial para isso é notar que, nos últimos 40 anos, o capitalismo tem passado por um processo de culturalização crescente, no qual a linguagem adquiriu uma materialidade espantosa. Para ser provocador,

² “Da superprodução semiótica: caracterização e implicações estéticas”, in F. A. Durão, A. Zuin, A. Vaz (eds.), *A Indústria Cultural Hoje*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008.

defenderia que muito daquilo que era caracterizado como pertencente à poesia –a espessura da língua, o jogo do significante, a organicidade de forma e conteúdo– pode ser agora encontrado no logotipo e em slogans de produtos. Aquilo que Antonio Candido, o grande crítico literário brasileiro, caracteriza em “O direito à literatura”³ como uma propriedade distintiva do literário, a saber, a capacidade de plasmar e condensar a experiência em linguagem, foi usurpado pela propaganda, que tem que criar todo um mundo de desejo em uma condensação máxima de tempo e espaço. Em suma, se a cultura se torna cada vez mais mercadorizada, as mercadorias não conseguem mais existir sem projetar mundos culturais ao redor de si. Começa, assim, a ocorrer uma luta pelas matérias-primas da semiótica, que não são outras senão o espaço e o tempo. Quando a própria linguagem se torna um produto, os centímetros no qual ocorre –como o outdoor– e os segundos no qual se insere –como na televisão– passam a ser objeto de disputa. Essa luta pelo estar-aí⁴, pelos materiais brutos da semiótica acirrou-se muito com a explosão da portabilidade dos veículos produtores de mensagens. Se a televisão era um híbrido de cinema e rádio, então o telefone celular mistura a confecção de signos e os movimentos do corpo. Não é então de se estranhar que ocorra um novo animismo da linguagem, que o logotipo, o slogan ou o jingle pareçam adquirir uma vida própria.

O conceito de superprodução semiótica é interessante porque dá conta desse processo contraditório de desespirtualização e personificação da linguagem, sua conversão em matéria prima propagandística/fabril e concomitante tendência para parecer animada. Isso desloca a discussão sem fim a respeito da alta cultura *versus* cultura popular. As posições nesse debate já estão consolidadas o suficiente para prescindir de explicações. O que é importante é salientar que, em um contexto de superprodução semiótica, a questão da *qualidade* de algum artefato cultural corre o risco de submergir sob um aspecto *quantitativo* inescapável. Os exemplos podem ser vistos de ambas as esferas. Pense no espaço do museu, um local silencioso e calmo, protegido contra os sons e cores do mundo exterior. O que for lá inserido terá uma grande facilidade de se converter em obras de arte. O famoso gesto do urinol de Duchamp revelaria justamente isto, que em um mundo marcado pela superprodução semiótica o museu é um local propício para isolar as coisas, facilitando que elas se tornem objetos. Não quero dizer que não deva haver algo de substantivo nelas, que seja o espectador, ou uma “comunidade interpretativa”, que

³ O direito à literatura. In *Vários Escritos*. São Paulo: Duas Cidades, 2004, pags. 169-191

⁴ Cf. Christoph TÜRCKE, *Sociedade Excitada*. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

defina o valor do artefato; trata-se apenas de uma potencialização das possibilidades internas aos artefatos. Por outro lado, deve-se reconhecer que, no período por que passamos, a artificialidade (note-se aqui a etimologia) das coisas, a banalidade das técnicas de representação (qualquer adolescente trabalhando com fotoshop), e o poder (e necessidade) crescente da crítica de atestar o artístico, ou seja, a dependência, em muitos casos, da interpretação para que a obra possa começar a ser ela mesma –tudo isso aponta para uma virtualidade artística no mundo, um espectro da arte a rondar as coisas.

Porém o mesmo pode ser observado no movimento inverso. Não é difícil perceber que há peças musicais que simplesmente não podem mais ser ouvidas. A “Pour Elise” não existe mais, e possivelmente o “Bolero” de Ravel ou a “5ª Sinfonia” de Beethoven precisam de uma quarentena e de bastante concentração para que sejam separadas do simulacro que se tornaram. Em suma, submeta qualquer grande obra ao regime de superprodução semiótica e ela desenvolverá um simulacro de si mesma que facilmente se tornará mais forte do que o original, e por fim o aniquilará.⁵ Vem daí o interesse de uma peça como o “4’33””, de John Cage, pois o gesto que a inicia –o músico abrindo o piano, o gesto do maestro ou de um instrumentista– representa um movimento de ruptura em relação aos barulhos do mundo para que os sons do tempo da execução possam almejar o caráter de música. Trata-se, é claro, de um projeto problemático, na medida em que a responsabilidade da criação sonora passa a recair exclusivamente sobre o ouvinte, mas a dialética de som e ruído que coloca em jogo seria inconcebível sem a dinâmica de superprodução semiótica que ela evidencia e contesta.⁶ Para concluir esse tópico, restam ainda duas últimas ideias. Em primeiro lugar, é interessante perceber que, em uma situação de superprodução semiótica, o silêncio converte-se em uma mercadoria de luxo, seja nos restaurantes, nas T-shirts, nas paisagens etc. Por outro lado, fica cada vez mais difícil de se subtrair à significação. A recusa de participar na produção de sentido passa a ser vista ela mesma como uma atribuição de sentido, a vontade de ser superior no jogo, por não fazer parte dele. Isso faz lembrar a lógica do *camp*, o bom gosto sobre o mau gosto, na definição de Susan Sontag⁷, que ressignifica o que é ruim, que o coloca entre aspas como uma forma ambígua de resistência à im-

⁵ Isso é válido também para a teoria.

⁶ Para uma discussão mais aprofundada da peça cf. Fabio A. DURÃO, “Duas formas de se ouvir o silêncio” in *Kriterion* vol.46, no.112, 2005.

⁷ Susan SONTAG, “Notes on Camp” in *Against Interpretation and Other Essays*. New York: Picador, 1966.

posição do lixo. Com isso é possível perceber, de novo, como é difícil se relacionar com a indústria cultural, pois a oposição a ela, justamente porque tem que fazer sentido, utiliza-se dos mesmos recursos que a alimentam.

A segunda ideia-chave que gostaria de abordar, e com a qual concluirei esse breve ensaio, é apresentada em *Global Culture Industry*⁸. Trata-se de um livro muito ruim em diversos sentidos. Ele possui uma ambição desmesurada – como diz a quarta capa: “This book is set to become a ‘dialectic of enlightenment’ for the age of globalization.’ [Este livro tem tudo para tornar-se uma ‘dialética do esclarecimento’ para a era da globalização] – e quase nada de penetração crítica. Para falar a verdade, é o primeiro estudo que li sobre a indústria cultural que não mais possui aquele tipo de ressentimento típico diante do fato de que Adorno não abria mão de um espaço de autodeterminação das obras, o fato de que, como vimos anteriormente, elas recusam seu ser-para-outro. Para esse livro, a possibilidade de algo existir em si e para si, de fornecer ele mesmo as regras para sua estruturação, está tão fora do horizonte, que já nem mais é capaz de gerar constrangimentos. Há nele, porém, a noção de uma *mediação pelas coisas* [mediation through things], que vale a pena ser pensada, ainda que de uma maneira completamente diferente da desenvolvida no texto. Segundo os autores do livro, na época de Adorno “culture had become subsumed in the means-end rationality of the commodity. But global culture industry and informational capitalism is less a matter of the base determining the superstructure than the cultural superstructure collapsing, as it were, into the material base. Hence goods become information, work becomes affective, property becomes intellectual and the economy more generally becomes cultural”⁹. O resultado disso é um processo abrangente e geral de *coisificação* das mídias, “when, for example, movies become computer games; when brands become brand environments, taking over airport terminal space and restructuring department stores, road billboards and city centres; when cartoon characters become collectibles and costumes; when music is played in lifts, part of a mobile soundscape [...]. We deal with media as representations –painting, sculpture, poetry, the novel– in terms of meaning. When media become things, we enter a world of operationality,

⁸ Scott LASH e Celia LURY, *Global Culture Industry*, Nova York: Polity Press, 2007.

⁹ “A cultura havia sido subsumida na racionalidade meios-fins da forma mercadoria. Mas a indústria cultural e o capitalismo informacional são menos uma questão da base determinando a superestrutura do que a superestrutura cultural desmoronando, por assim dizer, sobre a base material. Com isso, os bens tornam-se informacionais, o trabalho torna-se afetivo, a propriedade torna-se intelectual e a economia mais geralmente torna-se cultural” (ibid., pag. 7).

a world not of interpretation but of navigation. [...] In global culture industry, what were previously media become things. But also, what were things become media”¹⁰. Há aqui, portanto, uma recusa do paradigma da representação; a indústria cultural agora estaria ligada, ao invés, ao âmbito do *fazer*, que estaria próximo ao lúdico. E é interessante notar, de passagem, que a inspiração filosófica conscientemente escolhida, o léxico mais apropriado para descrever esse estado de coisas, é o de Deleuze.

Essas transformações podem ser abordadas por meio do *branding*, uma prática que submete a coisa aos auspícios da marca que então passa a englobá-la. *No Logo*, de Naomi Klein¹¹, oferece numerosos exemplos estupefacentes disso. Quando as empresas não mais se concebem como produtoras de meros bens, objetos concretos, mas de *marcas*, elas deixam de se justificar como supridoras de necessidades particulares, para converterem-se em criadoras de universos próprios, que constituem, adaptando a definição acima, um “conjunto de fenômenos materiais e ideológicos que caracterizam um grupo *de consumidores*, em oposição a outro grupo *de consumidores*”. O *brand* vende identidades e produz sujeitos. Ao invés de simplesmente patrocinar o concerto de rock, a empresa o realiza, transformando-se em sua infra-estrutura, e o artista agora se converte em simples preenchimento da estrutura empresarial pré-existente; ou, pelo contrário, é ele mesmo que se transforma em empresa, e passa a vender a marca de si próprio, não mais apenas veiculando o conteúdo de uma mercadoria qualquer, mas irradiando, a partir de si, um rico universo de objetos a princípio díspares.

Isso ilustra a primeira parte da definição mencionada acima; ou seja, que a banda de rock torna-se um *meio* para a empresa que promove o evento (se uma determinada banda não aparecer, pode ser facilmente substituída por outra). A segunda parte da definição também não é difícil de entender: os meios específicos convertem-se em coisas devido à sua interação uns com os outros. Já há desenhos animados infantis cujos personagens são exatamente os brinquedos vendidos, que

¹⁰ “quando, por exemplo, o filme se torna um jogo de computador; quando as marcas, os *brands*, misturam-se com o ambiente, tomando espaço nos terminais do aeroporto e reestruturando lojas de departamentos, outdoors e o centro da cidade; quando personagens de desenhos animados tornam-se bonecos colecionáveis, e roupas; quando se toca música nos elevadores como parte de um *sound-scape* móvel. [...] lidamos com os veículos de comunicação como representações - a pintura, a escultura, a poesia, o romance - em termos de sentido. Quando os mídias se tornam coisas, entramos em um mundo de operacionalidade, um mundo, não de interpretação, mas de navegação. [...] Na indústria cultural global, aquilo que antes eram mídias, convertem-se em coisas. Porém aquilo que eram coisas convertem-se em mídias” (ibid., pag. 8).

¹¹ Naomi KLEIN, *No Logo*, Nova York: Picador. 2ª. ed., 2002.

poderão estar presentes em camisetas, videogames, programas de TV, músicas de rádio ou em CDs, ou até mesmo como coadjuvantes nas campanhas publicitárias de outros produtos. Essa propensão para a indústria cultural contemporânea estabelecer referências cruzadas possui implicações para o conceito de intertextualidade ou dialogismo. Na teoria literária, eles geralmente foram vistos com bons olhos, como elementos que contribuiriam para a complexidade formal das obras. Porém o aspecto mercantil da citacionalidade lança suspeitas sobre esse recurso na literatura e na arte.

Eu disse há pouco que esse livro, *Global Culture Industry*, é ruim, o que pode parecer em contradição com o comentário a respeito dessa ideia da mediação pelas coisas, que é produtiva. O livro é ruim, primeiro, porque ele poderia ser resumido em um ensaio longo, pois contém muitas redundâncias e informações supérfluas; porém o maior mal presente no texto é a total incapacidade dos autores de lidar com o quanto aquilo que descrevem representa um avanço da dominação. Na realidade, o que fazem é o contrário: várias vezes, descrevendo o que chamam de “biografia dos objetos” (como a Nike, o filme *Toy Story*, o campeonato europeu de futebol de 1996, o movimento artístico Young British Artists – todos no mesmo plano, sem diferença ontológica alguma) escrevem frases que poderiam ser diretamente utilizadas nas campanhas publicitárias dos produtos. A conversão de meios em coisas e de coisas em meios representa um distanciamento de anos-luz em relação àquele ideal de autodeterminação e autoconstituição que mencionei há pouco como o ideal, sem dúvida difícil de ser alcançado, da obra de arte em seu sentido enfático. *A mediation through things* é um conceito que traduz uma imagem de um sistema funcionando plenamente sem restos, fissuras, ou interstícios, no qual a mobilização das coisas para a autovalorização do capital parece ser completa.

Tanto o fenômeno da superprodução semiótica quanto o da mediação pelas coisas trazem consigo diversas implicações que poderiam ser desenvolvidas aqui. Por uma questão de espaço, cito aqui apenas duas, à guisa de conclusão. A primeira é que a multiplicação de mensagens e a conversão de meios em coisas e coisas em meios promove uma desobjetificação geral. Diferentemente de uma coisa, um objeto seria algo capaz de ser penetrado, investigado, pensado; ele é algo que teria tempo em si e projetaria silêncio. A superprodução semiótica e a mediação das coisas são opostas a isso, e geram como resultado uma indiferenciação de tudo com tudo. Ora, sem objetos diferenciados, também é impossível haver um sujeito que possa se constituir através deles e que possa reconhecer outros sujeitos. Há toda

uma série de ideias a serem extrapoladas disso, que vão desde a forma de romances até a propaganda eleitoral, por exemplo, mas o que foi dito até aqui já deve ser o suficiente para dar o que pensar.

LA CRÍTICA DE ADORNO A LA CULTURA DE MASAS

Adorno's Critique of Mass Culture

MATEU CABOT*
mcabot@uib.es

Fecha de recepción: 30 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 17 de octubre de 2011

RESUMEN

El concepto crítico “industria cultural” no es meramente un apéndice en la teoría crítica de Adorno, sino que resume, en el actual estadio de desarrollo, una situación que se caracteriza (a) por la extrema mercantilización de lo que antaño pareció conservar cierta autonomía y (b) por el desfallecimiento del que en la época clásica de la filosofía europea era llamado “sujeto” o “individuo”.

Palabras clave: Theodor W. Adorno; industria cultural; cultura de masas.

ABSTRACT

The critical concept "cultural industry" is not merely an appendix to the critical theory of Adorno, but summarized, in the current complex stage of development, a situation characterized (a) by extreme mercantilization of what once seemed to retain some independence and (b) the faintness of in the classical period of European philosophy was called "subject" or "individual".

Key words: Theodor W. Adorno; culture industry; mass culture.

Apenas 15 días después de que por primera vez un hombre pisara la Luna, murió Theodor W. Adorno. No parece que haya relación causal entre ambos hechos, sólo coincidencia en una época ya lejana. La retransmisión “en directo” por televisión

* Universitat de les Illes Balears.

del pequeño paso del comandante Armstrong sobre la Luna constituye uno de los primeros acontecimientos audiovisuales globales. Cuarenta años después este tipo de acontecimientos se han vuelto cotidianos e, incluso, monótonos. Hemos perdido, si alguna vez la hemos tenido, la consciencia de la magnitud y potencia de los cambios que se suceden desde el inicio del siglo XX y hemos integrado en la *normalidad* hechos, sucesos y objetos que, en otras épocas, pertenecían al reino de la fantasía. La posibilidad de este tipo de acontecimientos se fraguó en los 60 años anteriores, entre 1900 y 1960, apenas el tiempo en que viven tres generaciones. Podíamos repetir lo que escribió Benjamin de la generación que experimentó la primera gran guerra tecnológica, la Gran Guerra de 1914-1918: “una generación que había ido a la escuela en tranvía tirado por caballos, se encontró indefensa en un paisaje en el que todo menos las nubes había cambiado”¹.

En la primera mitad de siglo encontramos abundantes ejemplos ilustrativos de la tesis benjaminiana de que “dentro de grandes espacios de tiempo con la transformación del modo de vida en conjunto se transforma también la percepción sensorial”². El mundo en el que se desenvuelve el “cuerpo humano” y al que debe adaptarse, muta bajo el efecto de los mecanismos técnicos. Las condiciones espacio-temporales de la vida del hombre se transforman radicalmente en cuanto se acortan las distancias, se remueven obstáculos, se hacen tangibles dimensiones (micro/macro) hasta el momento imperceptibles o se adquiere poder de disposición sobre aquello tenido por “natural” hasta el momento. Los nuevos instrumentos técnicos, requeridos y apoyados por el poder económico como multiplicadores de la rentabilidad, obligan al cuerpo humano a adaptarse a los ritmos, a los movimientos (al espacio y al tiempo en definitiva) de la maquinaria que sostiene el modo de producción capitalista. El hundimiento del mundo experimentado una generación antes obliga a cada nueva generación a un nuevo aprendizaje adaptativo. La radicalidad y velocidad de las transformaciones condicionan la estructura física –incluso pulsional– de los individuos. La ruptura en el mecanismo tradicional de transmisión de experiencia y saber social provoca un empobrecimiento de los recursos de los individuos para responder en el medio y, como consecuencia de ello, un debilitamiento de sus mecanismos de defensa ante las nuevas exigencias y agresiones.

¹ Walter BENJAMIN, “Erfahrung und Armut”, in: *Gesammelte Schriften*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1977, II/1, pág. 213. En adelante citaremos esta edición con las siglas BGS.

² Walter BENJAMIN, “Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit”, BGS I/2, pág. 478.

Nuevas dificultades, incluso para el equilibrio psíquico, que dejan una primera víctima del proceso civilizador: “el mínimo, quebradizo cuerpo humano”³.

El “largo siglo XIX”, en expresión de Eric Hobsbawm⁴, termina con el desmoronamiento de la superestructura ideológica construida por la burguesía desde el inicio de la época moderna. En palabras de Walter Benjamin: “La transformación de la superestructura, que ocurre mucho más lentamente que la de la infraestructura, ha necesitado más de medio siglo para hacer vigente en todos los campos de la cultura el cambio de las condiciones de producción”⁵. En las primeras décadas del siglo XX la cultura europea está sumida en el remolino de crítica al orden desfalleciente y de ensayo de asunción de la nueva realidad emergente. Destacados literatos se hacen eco de este estado de crisis⁶ y la historia del arte muestra, en sus obras y en las reflexiones de los artistas, tanto los preceptos del viejo mundo que se dejan atrás, como los primeros pasos de lo que después se convertirá en nuestro pasado reciente e, incluso, nuestro presente. La invención de la fotografía fue un seísmo en todo el sistema de la visualidad moderna, tal como se sensibilizó en la pintura practicada en los últimos cuatro siglos, desde el Renacimiento hasta final del siglo XIX. Aún mayor conmoción fue la que produjo la *cinematografía*: Unía la congelación del movimiento posibilitada por el avance de la química con las técnicas de sucesión de imágenes que había explotado Eadweard Muybridge, dando como resultado un fenómeno nunca experimentado: la posibilidad de generar imágenes en movimiento. La cuestión de la “cultura de masas” pertenece a este contexto.

Los movimientos artísticos de vanguardia se apropiaron para la creación cultural de las últimas novedades científicas y técnicas, creando incluso nuevas artes y

³ La famosa escena de Charles Chaplin en *Modern Times* (1936), engullido y trastornado por la cadena de montaje fabril, es hoy un pálido reflejo de lo que está diciendo literalmente Benjamin: el hombre debe forzar su cuerpo para que éste puede entrar en los engranajes (en el espacio y tiempo) de la máquina.

⁴ En su trilogía *The Age of Revolution: Europe 1789-1848* (1962), *The Age of Capital, 1848-1875* (1975) y *The Age of Empire* (1987), a la que ha seguido la historia del “corto siglo XX”: *Age of Extremes: the short twentieth century, 1914-1991* (1994), todo ellos traducidos en Editorial Crítica, Barcelona: *La era de la revolución, 1789-1914* (1997), *La era del capital, 1848-1975* (1998), *La era del imperio* (1998) e *Historia del siglo XX* (1998).

⁵ Walter BENJAMIN, “Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit”, BGS I/2, pág. 473.

⁶ Véase como ejemplo la biografía de Stefan ZWEIG, *El mundo de ayer. Memorias de un europeo*, Barcelona: Acantilado, 2002, en la que traza perfectamente el desmoronamiento de toda una época. Ver también la panorámica de Josep CASALS, *Afinidades vienesas. Sujeto, lenguaje, arte*, Barcelona: Anagrama, 2003.

“poniendo en cuestión la noción misma de arte”, en palabras de Valéry⁷. Las pequeñas querellas en la época sobre la *artisticidad* de la fotografía o el cine, o la pléyade de manifiestos justificando tal o cual transgresión del canon estético (y perceptivo) interiorizado durante siglos, son índices de la transformación que se opera en la cultura. El “cambio de las condiciones de producción” que indica Benjamin, no sólo se refiere al cambio de las condiciones *materiales* de producción, sino también al cambio de las condiciones *formales* de producción⁸. Esto es: los nuevos materiales para la producción artística y cultural, los nuevos instrumentos amplificadores o multiplicadores de las capacidades naturales humanas (de visión o de audición, por ejemplo) o los nuevos espacios en que es posible desplegar aquella creatividad, todo ello, no sólo incrementa el poder de disposición sobre las cosas, superando el de cualquier época anterior, sino que modifica la estructura del propio ser humano en vistas a la adaptación a estas nuevas cosas. El cambio en la percepción, a la cual se referirá Benjamin, es sólo una de esas modificaciones. El resultado es, como también dirá Benjamin, más pobreza espiritual, esto es, más indefensión del individuo ante las nuevas necesidades de adaptación al medio.

En los debates teóricos de esos años de inicios del siglo XX se había planteado tanto la cuestión de si debía ampliarse el canon de las artes establecido en el lejano 1746⁹, con todas las formas, reglas y convenciones que implicaba, como la cuestión de la *calidad* (o nobleza) de las nuevas artes o las nuevas versiones de viejas artes. El primer debate avanzó con la admisión de nuevas artes (el caso del cine en 1911 es el más conocido¹⁰) y pronto dejó de tener importancia. Aunque los medios académicos han mantenido viva la disputa sobre la definición de las artes y otras cuestiones metodológicas, el transcurso de los acontecimientos ha llevado a adaptar las

⁷ Paul VALÉRY, “La conquista de la ubicuidad” (1927), en *Piezas sobre el arte*, Madrid: Antonio Machado, 1999, pág. 133.

⁸ Adopto la distinción entre objeto material y objeto formal que adopta la más reciente psicología de la percepción, que le lleva a la distinción entre estímulo distal y estímulo proximal, entendiendo por el primero “aquel aspecto de la realidad circundante que, de alguna manera, participa en la génesis del estímulo proximal y que, sin necesidad de actuar directamente sobre el receptor, se acaba convirtiendo en el referente del acto perceptivo” (p. 184). Cfr. E. MUNAR, J. ROSSELLÓ, A. SÁNCHEZ-CABACO (coords.), *Atención y percepción*, Madrid: Alianza Editorial, 2004.

⁹ Canon establecido por Charles Batteux en su obra *Les Beaux-Arts réduits à un même principe* (1746).

¹⁰ En 1911 aparece en París la obra de Ricciotto Canudo *Manifiesto de las siete artes*, que dará sobrenombre al cine como “séptimo arte”, descrito por Canudo como “el arte del futuro, síntesis de las artes del espacio y las del tiempo”, los dos grupos inmiscibles que componían el canon de las seis artes modernas establecido por Batteux.

clasificaciones a las necesidades del mercado¹¹. El segundo debate, la calificación y ordenación de cada una de las artes respecto a un nivel de excelencia o de “verdadero arte”, se plantea en la estética filosófica desde el inicio del proceso y presupone, primero, la existencia de un canon intemporal de calidad y, segundo, la aceptación de dicho criterio adaptándolo selectivamente a las nuevas condiciones sociales. Este segundo debate ha perdurado en la estética filosófica hasta el presente, siendo su persistencia muestra de la resistencia a abandonar los presupuestos del arte clásico y de las dificultades para hacer efectivo el programa que Benjamin reclama como prioritario en los años treinta, pues las nuevas condiciones han transformado, a su vez, los conceptos utilizados hasta el momento¹².

Dos de las características que definen formalmente la nueva cultura de masas chocan frontalmente con otras tantas características esenciales del arte y la cultura burguesa: la unicidad de las obras y el elitismo del medio en que aparecen. El pretendido universalismo del arte y la cultura en el siglo XX es posible a partir de la masificación de su producción y consumo, posible a su vez gracias a la utilización de medios técnicos en su producción, transmisión y recepción, que permiten así su homogeneización y serialización. Con frecuencia, el debate filosófico ha obviado las advertencias de Benjamin y se ha centrado, de forma simplista, en la aceptación o rechazo de la cultura de masas en su conjunto, como si tal cosa tuviera algún sentido, cuando con ello no se ha puesto en cuestión la temporalidad de la noción misma de canon y, además, la noción misma de la filosofía como juez de la racionalidad¹³.

En esta misma línea, en la literatura filosófica es demasiado común toparse con un prejuicio respecto a las ideas de Adorno: se le atribuye un olvido total del tema de la cultura de masas y/o un rechazo elitista a la cultura de masas como producto

¹¹ Cfr. la canónica artística de dos de las mayores instituciones del arte, como son el MOMA o la Guggenheim Foundation, y obsérvese la clasificación que establecen en su sitio web para organizar todos los objetos-arte de su propiedad: <http://www.moma.org/explore/collection/index> y <http://www.guggenheim.org/new-york/collections/collection-online/browse-by/artwork-type>.

¹² BGS, I/2, pág. 474: “Dichas tesis dejan de lado una serie de conceptos heredados (como creación y genialidad, perennidad y misterio), cuya aplicación incontrolada, y por el momento difícilmente controlable, lleva a la elaboración del material fáctico en el sentido fascista. Los conceptos que seguidamente introducimos por vez primera en la teoría del arte se distinguen de los usuales en que resultan por completo inútiles para los fines del fascismo.”

¹³ Noel CARROLL, *Una filosofía del arte de masas* (Oxford: OUP, 1998), clasifica las posiciones filosóficas que se han planteado en el siglo XX en favor y en contra del arte de masas. En la discusión de los diferentes argumentos movilizados en ese debate faltan, a mi entender, algunos puntos significativos, precisamente los que plantea Benjamin y, después, Adorno, que sólo forzándose de manera inadmisiblemente pueden reducirse a una cuestión de elitismo filosófico por parte de los implicados.

comercial sin ningún valor artístico ni interés teórico, al margen del que pudiera tener para las investigaciones empíricas para demostrar ese carácter masificado. Tanto es así que, incluso desde ámbitos académicos, aunque sobre todo en el ámbito del periodismo cultural, las posiciones teóricas de Adorno a menudo se han tergiversado, consiguiendo, en gran parte, reducir las a caricatura fácilmente consumible. El resultado para la recepción de la teoría adorniana ha sido una curiosa combinación de desatención y falseamiento. Desatención en cuanto se ha obviado la lectura de la abundante obra de Adorno al respecto, dándola de antemano por irrelevante y teóricamente “superada”; falseamiento en cuanto se ha substituido la obra por una colección de tópicos y rumores, con poca o nula trascendencia teórica. Esta situación, sin embargo, no es ni un defecto psicológico de los individuos ni es ajena al contexto en que aparece una teoría crítica sobre la cultura de masas que tiene por objeto precisamente el conglomerado de medios que tienen por función “informar” de la realidad en que se mueve la teoría crítica. Aquí el resultado ha sido que el *tópico* sustituye al *juicio* y, de este modo, que el catálogo de bulos, errores e interpretaciones precipitadas respecto a la crítica de Adorno a la industria cultural es enorme¹⁴.

Frente a esto es preciso leer las aportaciones teóricas a la cuestión. Adorno nos ofrece contribuciones al respecto desde sus tempranos artículos publicados en la *Zeitschrift für Sozialforschung* hasta los esbozados el año de su muerte. En uno de los primeros trabajos, *El carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha*¹⁵, publicado en 1938, Adorno trata de cómo se ha modificado la experiencia de escuchar música en los nuevos tiempos respecto al pasado, en que la única música que podía escuchar la mayoría de la gente era el órgano de la iglesia o la banda militar, y cómo modifica la nueva experiencia de la reproducción técnica la propia constitución y consideración de la música; también, cómo afecta al individuo en cuanto supone una presión social (económica y políticamente interesada) en favor de esquemas perceptivos, el estímulo distal del que hablan los psico-fisiólogos, rígidos y estandarizados, poco o nada favorables a la autonomía cognitiva del individuo.

¹⁴ Véase el capítulo titulado “Tópicos sobre la Teoría Crítica y la obra de Th. W. Adorno” en Blanca MUÑOZ, *Theodor W. Adorno: Teoría Crítica y cultura de masas*, Madrid: Fundamentos, 2000, págs. 205-222. Igualmente en: Jordi MAISO, “Sobrevivir a la efeméride, La compleja herencia estética de Theodor W. Adorno”, en: *Azafea. Revista de Filosofía*, Salamanca, 9 (2007), págs. 203-208.

¹⁵ Theodor W. ADORNO, “Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens”, *Gesammelte Schriften*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970ss, vol. 14, págs. 14-50. En adelante citaremos esta edición con las siglas GS.

El título de este primer trabajo nos da la ocasión para un segundo tipo de comentario. El libro de Umberto Eco, *Apocalípticos e integrados*, aunque pretende desmentir, según declara en las primeras líneas del texto, la simplificación de los “conceptos fetiche”, acepta en la segunda línea la necesidad de esos mismos conceptos¹⁶. Con esta premisa y, utilizando los dos conceptos que componen el título del libro, en el sentido de negadores o aceptadores de la cultura de masas, cataloga la crítica adorniana bajo la etiqueta de “apocalíptica”, habitando el *Hotel Abgrund* del que hablara Lukács. La crítica de Eco se queda, en ocasiones, en un nivel idiosincrático, con poca o nula relevancia teórica, más allá de la relevancia teórica de la acusación de “elitismo” o “esoterismo” en la cultura de masas, acusación que es tematizada en bastantes textos de Adorno¹⁷. En el título de aquel primer ensayo adorniano pesan desmesuradamente los términos “carácter fetichista” y “regresión”, leídos ambos como términos calificativos de una situación degenerada que se supone que el autor adjudica al conjunto de la música, cuando el texto dista mucho de plantear la cuestión en estos términos. Evidentemente si lo que en el texto se plantea como descripción se toma como juicio final, entonces cabe el epíteto de *apocalíptico*.

Como otras muchas críticas, el error fundamental, ésta es la tesis que aquí defendemos, es confundir el núcleo de la crítica de Adorno, el punto concreto al que se dirige. Consideramos que el objetivo es el mecanismo coercitivo mediante el cual se impone un estereotipo o canon cultural, y que resulta tan coercitivo o más como el que operaba antes de que la superestructura ideológica ganara autonomía en la Modernidad, simplemente que ahora el mecanismo está introyectado en el individuo, asumido con docilidad. El núcleo de la crítica no es tanto el carácter mercantilista de la cultura de masas, aunque sea mercantilista en grado sumo, ni el carácter monopolista y autoritario de la gran industria del entretenimiento, que lo es, sino el mecanismo social por el que se acepta —“libremente”— la coerción, incluso en el modo de percibir el mundo circundante. En favor de la confusión ha pesado el término que Adorno y Horkheimer eligieron para su escrito inaugural: “industria cultural”; el núcleo de la crítica es lo que figura en el mismo título: *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug* (GS 3, 141), la industria cultural como engaño de masas. Si Marx habló de la religión como “opio del pueblo”, el

¹⁶ Umberto ECO, *Apocalípticos e integrados* (1964), Barcelona: Lumen ⁷1981, pág.15.

¹⁷ Cfr. Theodor W. ADORNO, “Resumé über Kulturindustrie”, GS 10.1, pág. 341; también en *Minima Moralia*, GS 4, pág. 29, entre otros muchos lugares.

nuevo siglo y el nuevo nivel de desarrollo del capitalismo consagran que el “opio” del pueblo ya no es la religión, sino la cultura.

Por ello, el término “industria cultural” [*Kulturindustrie*] nos servirá de hilo conductor para analizar la crítica de Adorno. En las conferencias tituladas “Résumé über Kulturindustrie”, pronunciadas en 1963 en la llamada *Internationalen Rundfunkuniversität* de la radio del estado de Hesse, esto es: un medio de comunicación de masas, Adorno tematiza desde la primera frase el concepto de “industria cultural”:

“La expresión «industria cultural» parece haber sido empleada por primera vez en el libro *Dialéctica de la ilustración*, que Horkheimer y yo publicamos en 1947 en Amsterdam. En nuestros borradores hablábamos de “cultura de masas”. Pero sustituimos esta expresión por “industria cultural” para evitar la interpretación que agrada a los abogados de la causa: que se trata de una cultura que asciende espontáneamente desde las masas, de la figura actual del arte popular. La industria cultural es completamente diferente de esto, pues reúne cosas conocidas y les da una cualidad nueva.” (GS 10.1, 337; OC 10.1, 295).

Nos interesan aquí los motivos del uso preferente de “industria cultural” antes que “cultura de masas”¹⁸. En el párrafo citado nos da la clave: la cultura de masas no es la forma sucesora del arte popular de antaño¹⁹. La cultura o el arte popular de la época precapitalista, apenas considerado por la historia del arte (que sólo considera aquellas manifestaciones populares supuestamente precursoras de alguna variedad del arte culto), “asciende espontáneamente desde las masas”, mientras que la actual “cultura de masas” es una “cultura *para* las masas, pero no surgida de ella, sino de los intereses de los propietarios de los medios de producción. El término clave es, por tanto, *spontan*.

¹⁸ En el capítulo “Industria cultural como engaño de masas” de *Dialéctica de la ilustración*, el concepto *Kulturindustrie* aparece 76 veces, mientras que *Massenkultur* aparece en 7 ocasiones. A modo de curiosidad cabe señalar que en “Das Schema der Massenkultur. Kulturindustrie (Fortsetzung)” (GS 3, págs. 299-335), texto de la misma época, el término *Massenkultur* aparece en 56 ocasiones y el de *Kulturindustrie* no aparece ni una sola vez.

¹⁹ El *arte popular* (*Volkskunst*) es, según el *Duden - Deutsches Universalwörterbuch* (6., überarbeitete Auflage. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag 2007): „*volkstümliche, vom Geist u. von der Überlieferung des Volkes zeugende Kunst des Volkes*“ [el arte del pueblo engendrado a partir del espíritu y la tradición popular]. Por otra parte, *spontan* significa „*aus einem plötzlichen Impuls heraus, auf einem plötzlichen Entschluss beruhend, einem plötzlichen inneren Antrieb, Impuls folgend*“ [a partir de un impulso repentino, basándose en una decisión repentina, siguiendo un repentino estímulo interior, un impulso]. Fijémonos en la reiteración de „*plötzlich*“, precisamente aquello que no puede ser planificado.

Con “espontaneidad” no nos referimos a la visión bucólica y falsa de la “espontaneidad” de las danzas de los campesinos en un día de fiesta después de la cosecha, tal como nos muestran las películas que han construido esa imagen de la *espontaneidad*. Con el término debemos pensar más bien en la forma precursora del concepto de *autonomía estética* que se establece al inicio de la Edad Moderna: aquel espacio de la experiencia que permite, individual y socialmente, el distanciamiento respecto a las condiciones materiales de vida, dejando sitio de esta forma para poder realizar un juicio crítico sobre esas mismas condiciones materiales y, además, hacerlo gozosamente, recuperando el sentido somático del esfuerzo para garantizar la supervivencia. Cuando en la historia de la estética aparecen los primeros ensayos para teorizar el ámbito del juicio estético es cuando aparece el concepto de “autonomía estética”, síntoma de su desaparición real en la sociedad burguesa. Aún podía atribuirse a la cultura popular precapitalista, pues el férreo control de sus manifestaciones en forma y contenido escondía la posibilidad de que el cumplimiento formal dejara un resquicio para liberarse de ese control. Esa “espontaneidad” es una de las características que encierran el elemento liberador en el arte popular, fruto del distanciamiento citado.

La falta de “espontaneidad” que se detecta en la cultura de masas no puede achacarse a defectos morales o físicos de los individuos implicados, sino que está condicionada por el tipo de organización en que están los individuos. La cultura de masas tiene como objetivo llegar al mayor número posible de individuos y que estos compren los productos de la cultura de masas. El arte popular se restringe a una comunidad, y más importante es la adhesión, catarsis o expresión que la transferencia de valores económicos. Lo que acentúa Adorno con el término “industria cultural” no es la preponderancia en la vida moderna de la máquina industrial, explotadora universal como trabajadores y consumidores, sino la forma de sujeción espiritual, psíquica, personal, que esconde y no deja de potenciar. En otras palabras, el carácter anti-ilustrado de esa maquinaria, pues no tiende a la ilustración, a dejarnos ser mayores de edad según el programa ilustrado recogido por Kant, sino a vender mercancías utilizando la promesa de felicidad, el engaño de la promesa imposible, si es preciso.

La nueva situación creada con la reorganización capitalista que sucede a la Gran Guerra de 1918 es el objeto del análisis realizado por Walter Benjamin con el con-

cepto de “experiencia” (*Erfahrung*)²⁰. Además de la vertiente epistemológica de ese análisis, es importante subrayar el carácter de “pérdida” (o “pobreza”, en el texto) que supone la nueva forma de experiencia surgida en la posguerra, “pérdida” de capacidad de respuesta ante un medio social transformado radical y rápidamente. Sigmund Freud será testigo de excepción de los desastres psíquicos que provoca la experiencia más moderna. Benjamin se centrará en cómo la universalización de la forma mercancía es la causa de una transformación esencial de la estructura del individuo, tanto a nivel del aparato sensorial como del emocional; estructura que hallaba su plasmación categorial en el sistema estético construido durante el siglo XVIII hasta llegar a Kant.

La base teórica de la tesis de Benjamin citada en la nota 2 se presenta en ese inicio de siglo con las ideas revolucionarias de Max Wertheimer constitutivas de la teoría de la *Gestalt*²¹. Con ellas se dejan atrás las ideas aceptadas del siglo XVI y XVII, principalmente de los empiristas británicos, que pretendían explicar la percepción humana y su economía psíquica sustentándolas en un supuesto carácter natural de los procesos sensoriales y en la receptividad pasiva del sujeto. Por contra, en la epistemología kantiana se acepta la existencia de una estructura *a priori* que organiza el material empírico y le da significado. Aunque se trate de operaciones subjetivas, no son arbitrarias, sino que siguen un mismo mecanismo, que es el que garantiza la intersubjetividad del conocer. La pretensión kantiana es comprender y defender la objetividad, incluso de aquellos procesos siempre individuales, como el juicio. La teoría psicológica propuesta por Wertheimer busca comprender la adquisición y procesamiento de información que realiza el aparato sensorial humano y, posteriormente, comprender los mecanismos por los cuales el mismo estímulo puede producir percepciones diferentes y el papel que juegan los conceptos sociales y todo aquello que contiene la representación distal.

²⁰ Sobre ello remito a mi artículo “Sobre los medios técnicos y la renovación de tradiciones. Walter Benjamin y el concepto de “experiencia”, pensado desde la Estética”, en: G. Amengual, M. Cabot y J. Vermal (eds.), *Ruptura de la tradición. Estudios sobre Walter Benjamin y Martin Heidegger*, Madrid: Trotta, 2008.

²¹ Max WERTHEIMER, “Über Gestalttheorie”, *Philosophische Zeitschrift für Forschung und Aussprache*, 1 (1925), Erlangen: Verlag der philosophischen Akademie, págs. 39-60. El texto fue presentado en la conferencia del 17 de diciembre de 1924 en la *Kant-Gesellschaft* de Berlín.

El mismo texto de Benjamin contiene también la idea de la transformación de la base emocional²². El antecedente podemos encontrarlo en Kant. En una de las primeras definiciones de la *Crítica del juicio* distingue entre el sentimiento de lo bello y el de lo agradable. Allí dice: “La satisfacción en lo «agradable» está unida con interés. Agradable es aquello que place a los sentidos en la sensación”²³. Lo bello, en cambio, no está unido al interés y, por tanto, a la existencia de un objeto físico, una mercancía, por ejemplo. En el discurso kantiano la diferencia entre lo bello y lo agradable descansa en el término “desinterés”, y por esta razón Kant define con precisión su significado:

“La satisfacción que determina el juicio de gusto es totalmente desinteresada. Llámese interés a la satisfacción que unimos con la representación de la existencia de un objeto. Semejante interés está, por tanto, siempre en relación con la facultad de desear, sea como fundamento de determinación de la misma, sea, al menos, como necesariamente unida al fundamento de determinación de la misma.”²⁴

La industria cultural es la organización social para, en primer lugar, producir mercancías cuya disfrute satisfaga necesidades del consumidor provocando agrado. Producir agrado no es un mecanismo inmediato, pues el “agrado” (*Lust* en Kant) no trata sólo de las necesidades primarias, esto es: aquellas encaminadas a la autoconservación (comida, bebida, reproducción, etc.). Incluso las necesidades primarias son, en la especie humana, satisfechas mediatamente, no inmediatamente. La mediación es social, en cuanto es adquirida en el proceso de socialización que necesita recorrer el individuo. Por ello la satisfacción está mediatizada socialmente y, así, en la economía capitalista el objetivo es la adhesión del consumidor al producto y a la organización que provee del producto, como forma rápida de asegurarse —al menos ese es el mecanismo de deseo psicológico— la provisión indefinida de productos semejantes. Por tanto, el agrado está unido al interés, lo cual significa, siguiendo a Kant, que está necesariamente unido a la existencia del objeto en

²² “El que mira una revista ilustrada recibe de los pies de sus imágenes unas directivas que en el cine se harán más precisas e imperiosas, ya que la comprensión de cada imagen aparece prescrita por la serie de todas las imágenes precedentes”. BGS, I/2, pág. 485.

²³ Immanuel KANT, *Crítica del juicio*, § 3, trad. M.García Morente, Madrid: Espasa Calpe, 1995, pág. 134.

²⁴ *Ibid.*, § 2, págs. 132-133.

cuanto el objeto es consumible, esto es, aniquilable en el acto del agrado y, por tanto, necesitado de una producción y reproducción continua²⁵.

No es sólo anecdótico el que algún dirigente del sector más descaradamente comercial de la industria del entretenimiento afirmara que debe suponerse en el consumidor una edad mental no superior a los diez años. De ahí la infantilización que provoca la industria de la cultura, exactamente lo contrario de la mayoría de edad que reclamaba la Ilustración.

Uno de los mecanismos psíquicos que se ponen en marcha en el proceso de socialización es el de *repetición* analizado por Freud²⁶. Se trata de una forma de producir satisfacción unida a las fases infantiles del desarrollo humano, pues se trata de un mecanismo de acción muy básico que causa una satisfacción muy rudimentaria, pero muy segura. La persistencia y repetición de estímulos perceptivos semejantes permite la repetición de una acción de respuesta adecuada (y, por tanto, placentera) ya aprendida y ensayada positivamente. En la especie humana es una etapa necesaria en el aprendizaje y desarrollo cultural del niño. La posibilidad de iteración indefinida, posibilitada por la tecnificación de la producción cultural, permite recrear indefinidamente el proceso de satisfacción con el objeto agradable. Cuando se trata de productos publicitarios, de publicidad comercial de una marca por ejemplo, la repetición trata de acuñar en los sujetos la asociación del producto con un cierto estado de agrado, provocado por la repetición de un estribillo, de una imagen o de un montaje, hasta que se produzca esa asociación. Precisamente el objetivo y medio contrario de cuando se trata de productos no directamente destinados al consumo, en los que se aprecia ser “vanguardista”, esto es: experimentar con nuevas y posibles asociaciones entre objetos y estados de agrado, asociaciones que no se encuentran en el catálogo de esquemas y estructuras percep-

²⁵ Siguiendo la argumentación, podría defenderse que la “gran división” se da entre consumo y cultura/arte. Adoptando la idea aristotélica de *poiesis*, la cultura/arte significa aquello que es más que la cosa que le sirve de soporte sensible, mientras que el consumo es aquello que consume, aniquila, lo consumido, pero no acuña experiencias en el individuo consumidor, a lo sumo sólo alguna vivencia. Nuestra tesis es que la “gran división” no es la distinción entre “arte alto” y “cultura de masas”, sino entre arte o cultura “consumista y opresiva”, por una parte, y arte o cultura, a secas. Cfr. Andreas HUYSEN, *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, Bloomington: Indiana University Press, 1986, pág. 5. N. CARROLL, *A Philosophy of Mass Art*, ob. cit.

²⁶ Cfr. Sigmund FREUD, *Más allá del principio del placer* (1920), en *Obras Completas*, vol. 13, págs. 2507-2541, trad. J.L. López-Ballesteros, Madrid: Biblioteca Nueva, 1988; también: *El yo y el ello* (1923), en: OC vol. 15, págs. 2701-2728; *Inhibición, síntoma y angustia* (1925), OC vol. 16, págs. 2833-2883.

tivas transmitidas de generación en generación para asegurar la supervivencia de la especie o del grupo.

En *Dialéctica de la ilustración*, los autores establecen en las primeras líneas (GS 3, 141) dos de las ideas clave del libro: (a) la disolución de las formas culturales precapitalistas no ha provocado un caos, sino que ha dado lugar una nueva forma mucho más eficiente económicamente; (b) la nueva forma de generación cultural es un complejo dividido en múltiples sectores especializados, organizado como un todo según las leyes de eficiencia (medio-fin) para poner en circulación la mercancía de forma creciente. La organización que produce las mercancías culturales utiliza de forma creciente la reproductibilidad técnica, procedimiento productivo más funcional y económicamente más rentable, para lo cual necesita homogeneizar las necesidades ofreciendo bienes estándar, lo cual nos lleva a la necesidad de producir necesidades planificadas y estándar, mediante la manipulación del individuo (GS 3, 142). Cualquier huella de espontaneidad del público receptor es, en este sistema, ilusoria, pura ideología. “Para todos hay algo previsto, a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son acuñadas y propagadas artificialmente” (GS 3, 144). La uniformidad de las necesidades de los individuos, consecuencia de la necesaria estandarización productiva, es un objetivo por alcanzar, para el cual cada sector deberá buscar sus más eficientes instrumentos y establecerlos hegemónicamente en ese sector, aunque algunas partes del mismo se escapen aún de su control por otros motivos (GS 3, 149).

Dos son, por tanto, los elementos subrayados en este texto: por un lado, la organización administrativa capitalista de la cultura y la modificación por vía subliminal del aparato físico-psíquico humano, a través de la represión de aquellos elementos económicamente no rentables; por otro lado, la facilitación de esquemas de percepción, emoción, etc. que cumplan eficientemente con lo necesario para convertir el individuo en consumidor de la mercancía cultural. Estos dos elementos se ensamblan armónicamente en la cultura del siglo XX y XXI, en todo tipo de cultura, pues toda ella es mercancía (cultural), aunque existan diferencias en el interior del conjunto (GS 3, 185). La manipulación de los individuos, utilizando los mecanismos disponibles y económicamente eficientes, es la condición para igualar la demanda a la oferta (GS 3, 187).

En el artículo de 1938 se analizaba una determinada forma de recepción musical, que ahí se llama “desconcentrada”, y su relación con la forma de producción de dicha música. Según Adorno, dicho modo de escucha responde a un compor-

tamiento estético caracterizado por la repetición de estímulos ya desposeídos de su posibilidad de divergencia respecto a los esquemas de percepción pre-establecidos.

“El comportamiento perceptivo por el que se prepara el olvido y el abrupto reconocimiento de la música de masas es la desconcentración. Cuando los productos normalizados y desesperadamente semejantes entre sí, con excepción de partículas especialmente llamativas y empleadas a manera de titulares, no permiten la escucha concentrada sin hacerse insoportables para los oyentes, entonces éstos no son ya en absoluto capaces, por su parte, de una escucha concentrada.” (GS 14, 37; OC 14, 37).

En todo caso, por muy potentes que sean los trastornos psíquicos que produce la cultura de masas, los trastornos no deben tomarse como la causa, sino como el efecto del carácter de mercancía de toda la cultura: “Que se consuman 'valores' y que éstos porten consigo afectos [...] es una expresión ulterior de su carácter de mercancía. Pues la totalidad de la vida musical del presente está dominada por la forma de la mercancía: se han erradicado los últimos residuos precapitalistas” (GS 14, 24; OC 14, 24).

Sin embargo, aún es preciso dilucidar la conexión entre forma-mercancía y desconcentración. En “La teoría freudiana y el modelo de la propaganda fascista” (GS 8, 408-433; OC 8, 380-405) analiza la propaganda realizada a través de los nuevos medios de comunicación de masas, de los cuales ya habían descubierto su rendimiento político todos los regímenes autoritarios y la democracia de masas de los Estados Unidos. En este texto enfatiza los mecanismos psíquicos que actúan en la absorción de la industria cultural —en este caso la propaganda fascista, pero considerada como un caso particular de la publicidad— por parte de los individuos. El recurso a Freud es necesario, pues el núcleo del problema reside en la debilidad del yo, acentuada por la propia organización como masa de los individuos²⁷; la fusión del individuo en una masa es de naturaleza libidinal, de identificación (GS 8, 417; OC 8, 389) y, posteriormente, de idealización, una fusión tan profunda que consigue que el individuo tenga por *self-evident* (GS 8, 422; OC 8, 394) aquellas identificaciones narcisistas que conducen a la polaridad nosotros vs. extraños²⁸. El resulta-

²⁷ “Según Freud, el problema de la psicología de masas está estrechamente relacionado con el nuevo tipo de dolencia psicológica tan característica de la era, que por razones socioeconómicas testimonia el declive de lo individual y su consiguiente debilidad”, GS 8, pág. 410; OC 8, pág. 383.

²⁸ Es preciso no descartar alegremente la suma importancia y potencia de este esquema bipolar. A mayor debilidad de las identificaciones racionales (las prototípicas de las sociedades modernas), mayor poder adquieren las basadas en vínculos afectivos, las de sangre y suelo. Max Weber [*Economía y*

do de la manipulación fascista de los años treinta es equivalente a cualquiera que actúe con los mismos medios, la reiteración constante de fórmulas simples²⁹ y equivalentes finalidades: el control sistemático desde arriba, desde las organizaciones que detentan el poder económico y, así, político y de hegemonía social, con la intención real de perpetuar el dominio y no la emancipación del hombre de la regla heterónoma de su inconsciente (GS 8, 431; OC 8, 403).

“El 'empobrecimiento' psicológico del sujeto que 'se rindió a sí mismo al objeto'; que 'ha sustituido sus constituyentes más importantes', es decir, el superego, anticipa casi con *clarividencia* los post-psicológicos átomos sociales desindividua- lizados que forman las colectividades fascistas.” (GS 8, 431; OC 8, 404).

En textos como “Prólogo a la televisión” (1953) y “La televisión como ideología”³⁰ (1953), basados en los estudios sobre la audiencia realizados para la *Hacker Foundation*, circunscribe la novedad de los medios a su potenciada capacidad de alcanzar unos objetivos determinados desde fuera, desde la instancia de dominio económico y social. En el caso de la televisión, considerando tanto los aspectos sociales, técnicos y artísticos como el contenido, Adorno afirmará: “Mediante la televisión, la industria cultural se acerca a la meta de tener todo el mundo sensorial en una copia que alcanza a todos los órganos, el sueño sin necesidad de soñar, y al mismo tiempo introduce de tapadillo en el duplicado del mundo lo que considera provechoso para el mundo real” (GS 10.2, 507; OC 10.2, 445). Se constata con ello que se ha hecho realidad el pronóstico de Valéry que “tal como el agua, el gas o la corriente eléctrica vienen de lejos a nuestras casas para atender nuestras necesidades con un esfuerzo casi nulo, así nos alimentaremos de imágenes visuales o auditivas que nazcan y se desvanezcan al menor gesto, casi un signo. [...] No sé si filósofo alguno ha soñado jamás una sociedad para la distribución de Realidad Sensible a domicilio”³¹. En “Cultura y administración” (GS 8, 122-146; OC 8, 114-136) el acento recae sobre la organización centralizada, planificada y uniformadora de la sociedad incluso en aquellos ámbitos que, históricamente o ideológicamente,

sociedad I, I.9, págs. 33-35] entendió la lógica racional-finalista de la transformación de un tipo a otro de identificación, del mismo modo que el psicoanálisis freudiano entenderá la lógica pulsional de la regresión de una en otra. Las identificaciones emocionales de las comunidades, lejos de ser un tema circunscrito a la psicopatología, se hallan presentes en la vida social ordinaria, siendo el nervio argumental de algunos *films*: *Uno de los nuestros* (*Goodfellas*, Martin Scorsese, 1990) es un ejemplo.

²⁹ “De hecho, la reiteración constante y la escasez de ideas son ingredientes indispensables del conjunto de la técnica”, GS 8, pág. 409; OC 8, pág. 381.

³⁰ Theodor W. ADORNO, “Prolog zum Fernsehen”, págs. 445-453; *Fernsehen als Ideologie*. GS 10.2, 518-532; OC 10.2, págs. 455-467.

³¹ Paul VALÉRY, “La conquista de la ubicuidad”, pág. 134.

se consideran a salvo. La negación de este hecho es un concepto ingenuo de cultura, que se ve descalificada desde antaño por el mínimo análisis (de igual modo que Benjamin tiene que recordar que, desde siempre, la obra de arte ha sido sometida a reproducción) o, incluso peor, “una conservadora sacudida de cabeza respecto de lo que ocurre en la cultura en los tiempos de la organización integral” (GS 8, 123; OC 8, 115). Este momento dialéctico, que por lo que hace al efecto se mueve entre la integración y el aislamiento impotente, es el que no debe perderse de vista: del mismo modo que la autonomía no puede existir sin la heteronimia, y ambas se dan como función de la inserción en el todo social que sustenta, la administración de la cultura es en sí misma el elemento que en su opresión permite un mínimo de distancia crítica ante lo meramente dado,

“a pesar de todo, ha cambiado algo esencial en la relación entre cultura y poder organizado. La cultura, en tanto que ese elemento que señala más allá del sistema de autoconservación de la especie, encierra necesariamente, frente a todo lo existente, frente a todas las instituciones, un momento crítico.” (GS 8, 131; OC 8, 122-123).

La crítica de la cultura de masas puede focalizarse como crítica de la organización social y económica que pretende aprovecharse de —y ampliar— la debilidad del individuo con el fin de menguar su autonomía y hacerlo esclavo de las mercancías, de su consumo y posterior reproducción. La organización administrativa necesita planificar los “deseos” del individuo: seguir manteniendo la fachada de libertad personal (pseudo-individualidad) aunque se utilicen los medios técnicos —además de para producir eficazmente las mercancías— para conformar los deseos hacia aquellas mercancías producidas o que puedan producirse. El individuo, su conciencia, lejos de la *tabula rasa* que suponía el liberalismo filosófico del siglo XVIII³², se encuentra ya siempre con un repertorio concreto de categorías y estructuras perceptivas y emocionales que representan el estado de evolución del modo de vida. Estas estructuras, como el apriorismo kantiano, son, a la vez, objetivas y subjetivas; son la mediación entre la generalidad del todo social de la vida de la especie y el particular de la realización concreta de la experiencia de cada individuo.

La ilustración se realiza en cada situación histórica concreta, en el esfuerzo para ir más allá de las interpretaciones recibidas como dadas y ponerlas en cuestión críticamente, ensayar otras interpretaciones más allá de la unidimensionalidad del

³² John LOCKE, *Ensayo sobre el entendimiento humano*, (1690), Madrid: Editora Nacional, 1980, trad. M^a Esmeralda García.

repertorio de soluciones ofrecidas. En este sentido, la ilustración es la labor propia de la filosofía desde sus inicios griegos³³.

El sistema productivo siempre tiende al dominio, igual que la conciencia tiende a la ilustración. En “Cultura y administración” (1960) escribirá Adorno:

“Quien dice cultura, dice también administración, lo quiera o no. La síntesis de nombres tan dispares como filosofía y religión, ciencia y arte, formas de vida y costumbres, finalmente el espíritu objetivo de una época bajo una única palabra, cultura, delata de antemano la mirada administrativa que reúne, clasifica, sopesa, organiza todo esto desde arriba.” (GS 8, 122; OC 8, 114).

La administración de la cultura pertenece a la cultura misma; lo que se ha modificado es el papel que desempeña; el lazo entre la cultura y el resto del sistema productivo e ideológico de la sociedad ya no es el mismo que en la época precapitalista o en la época del liberalismo. Ahora la cultura ha ocupado en exclusiva el espacio que antes estaba reservado a otras formas de reproducción de las relaciones sociales y, consecuentemente, con ello ha adquirido directamente la función de producir, entre otras cosas, el material necesario para la aquiescencia general hacia el sistema productivo. La administración de la cultura incorpora dentro de sí la posibilidad de crítica de la propia administración. Ello forma parte de su mecanismo, como recordará Adorno.

“En el hecho de que hoy instituciones oficiales puedan fomentar y representar manifestaciones artísticas extremas, incluso que tengan que hacerlo para que sean en general producidas y lleguen al público, mientras que éstas denuncian, no obstante, lo institucional, lo oficial, puede entenderse algo de la neutralización de lo cultural, así como de la compatibilidad de lo neutralizado con la administración.” (GS 8, 124).

Por muy cosificadas que estén ambas categorías [cultura y administración], realmente no lo están del todo; ambas remiten, como lo sigue haciendo la máquina cibernética más fantástica, a sujetos vivos. Por eso, la conciencia espontánea aún

³³ “El concepto filosófico no cesa en el anhelo que anima al arte en cuanto no conceptual; por otra parte, la inmediatez del arte hace de éste una apariencia incapaz de satisfacer ese anhelo. El concepto es el *organon* del pensamiento y a la vez el muro que le separa de lo que piensa; por eso niega ese anhelo. La filosofía no puede ni evadir tal negación ni plegarse ante ella. Sólo la filosofía puede y debe emprender el esfuerzo de superar el concepto por medio del concepto” GS 6, pág. 27; DN, págs. 23-24. En el lugar en que el texto adorniano dice *begrifflos*, se traduce ‘irracional’. He rehecho la traducción de acuerdo con los motivos declarados en mi artículo “Comentarios y añadidos a la edición castellana de *Dialéctica negativa* de Th.W. Adorno”, *Taula. Quaderns de pensament*, num. 23-24, Palma 1995, pags. 145-148.

no clasificada del todo puede cambiar continuamente la función de las instituciones en el seno de las cuales se expresa (GS 8, 145; OC 8, 136). Se trata de analizar las configuraciones concretas que se adoptan en cada región de la cultura y aplicar ahí la fuerza del concepto. Por ejemplo, en “Transparencias cinematográficas”³⁴ (1966) analiza la estructura de las imágenes cinematográficas, en busca de una posibilidad de una gramática diferente a la que viene realizando el *mainstream* de la industria. En este y en los otros campos concretos que analiza, los caminos que quedan siempre abiertos no son otros que los de una prosecución constante de la *Aufklärung*:

“Quien se sirve de los medios de la administración y de las instituciones de un modo imperturbable, críticamente consciente, puede siempre seguir realizando algo de lo que sería distinto de la simple cultura administrada. Las diferencias mínimas de lo siempre igual, que le están abiertas, representan, de un modo en cualquier caso desvalido, la diferencia relativa al todo; en la diferencia misma, en el desvío, se ha concentrado la esperanza.” (GS 8, 146; OC 8, 136).

³⁴ Theodor W. ADORNO, “Filmtransparente”, GS 10.1, págs. 353-361. De este texto no es recomendable la traducción incluida en OC 10.1. El descontento con esa edición se inicia con el mismo título: *Carteles de cine*. Es mucho más recomendable la traducción de Breixo Viejo: “Transparencias cinematográficas”, en: *Archivos de la filmoteca. Revista de estudios históricos sobre la imagen*, 52, Madrid 2006, págs. 130-138.

A FACE HISTÓRICA DE “ON POPULAR MUSIC”

“On Popular Music” From a Historical Point of View

IRAY CARONE*
iraycarone@uol.br.com

Fecha de recepción: 30 de marzo de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 3 de septiembre de 2011

RESUMO

O polêmico ensaio *On Popular Music*, escrito por Theodor W. Adorno (com a assistência de George Simpson) deve ser historicamente revisto para se compreender como se processava a padronização da música popular pelos editores de *Tin Pan Alley* e a sua popularização pelo chamado *radio plugging*. Dados empíricos arquivados pela Universidade de Columbia e o livro de Adorno sobre música no rádio – *Current of Music* – foram as nossas fontes para a investigação sobre aspectos históricos de *On Popular Music* bem como sobre o método inovador da descrição fisiognômica do rádio como um poderoso meio de comunicação de massa.

Palavras-chave: “On Popular Music”; indústria da música popular; fisiognomia do rádio; Theodor W. Adorno; radio plugging.

RESUMEN

El polémico ensayo *On Popular Music*, escrito por Theodor W. Adorno (con asistencia de George Simpson) debe ser revisado históricamente para comprender el proceso de estandarización de la música popular en manos de los editores de *Tin Pan Alley* y su popularización mediante el llamado *radio plugging*. Los datos empíricos archivados en la Universidad de Columbia y el libro de Adorno sobre la música en la radio –*Current of Music*– fueron nuestras fuentes para investigar los aspectos históricos de *On Popular Music* y el innovador método de descripción fisiognómica de la radio como poderoso medio de comunicación de masas.

* USP – Universidade de São Paulo.

Palabras clave: “On Popular Music”; industria cultural de la música popular; fisiognomía de la radio; Theodor W. Adorno; *radio plugging*.

ABSTRACT

The polemical essay “On Popular Music”, written by Theodor W. Adorno (with assistance of George Simpson) must be historically revisited in order to understand the standardization process of the popular music by the Tin Pan Alley editors and its popularization by the radio plugging. Empirical data archived by Columbia University and the Adorno’s book *Current of Music* were our research sources about “On Popular Music” historical aspects and the innovative method of the radio physiognomical description as a powerful medium of mass communication.

Key words: “On Popular Music”; popular music industry; radio physiognomics; Theodor W. Adorno; radio plugging.

1. INTRODUÇÃO

Quando o artigo “On Popular Music”, de Theodor W. Adorno (com a assistência de George Simpson), foi publicado pela primeira vez, em inglês, pela Revista do Instituto de Pesquisa Social –os *Studies in Philosophy and Social Science*, volume IX do ano de 1941– o seu vínculo histórico com a produção musical norte-americana no período de 1938 a 1941, e sobretudo com a alavanca tecnológica do rádio na popularização da música, ficou enterrado, por assim dizer, nos arquivos das pesquisas que lhe serviram de fundamento. Encontramos tais pesquisas na seção de Obras Raras e Manuscritos da *Butler Library* da Universidade de Columbia, algumas ainda no formato de relatórios, tais como as que foram realizadas em parceria com Duncan MacDougald Jr. sob o título “Plugging Study” (1939). Dessas pesquisas resultaram dois artigos: “The Popular Music Industry”, de MacDougald e “On Popular Music”, de Adorno¹. O primeiro foi publicado na antologia de Paul F. Lazarsfeld e Frank N. Stanton, *Radio Research 1941*; o segundo, como já dissemos, nos *Studies*.

Uma outra fonte da década de 40 que nos dá indicações do fundo histórico de

¹ Duncan MACDOUGALD Jr., “The Popular Music Industry”, en P. Lazarsfeld & F. Stanton (eds.), *Radio Research*, New York: Duell, Sloan and Pearce, 1941, págs. 65-109; Theodor W. ADORNO, “On Popular Music”, *Studies on Philosophy and Social Science*, vol. IX, 1941, págs. 17-48.

“On Popular Music” e revela com mais nitidez as tentativas metodológicas do autor para se acercar de seu objeto –a indústria cultural da música– é um livro do espólio das obras de Adorno, *Current of Music: elements of a radio theory*, publicado pela Suhrkamp em 2006. Esta obra –recentemente saída dos arquivos de Columbia– tem a virtude de mostrar *in fieri* as hipóteses e inquietações adornianas sobre como analisar a música popular transmitida pelo rádio. De certa maneira, a leitura desses escritos traz um sentido novo às teses contidas em “On Popular Music”, quando a sua *физиогномия do rádio* entra na cena do palco. Pois a análise da música popular, assim como da música séria, não poderia ter sido feita sem um passo investigativo prévio: o de saber de que modo a reprodução tecnológica do rádio nos Estados Unidos da América do Norte –país com a maior concentração de editoras musicais e de emissoras de rádio do mundo– estava afetando diretamente a qualidade da produção musical.

Mas há ainda mais uma fonte importante, ainda não publicada, na forma de um extenso memorando de 161 páginas –“Music in Radio”²– datado de 26 de junho de 1938, que parece ter sido destinado às discussões internas da seção musical do *Princeton Radio Research Project* com Paul Felix Lazarsfeld, principal responsável pelo projeto perante a Fundação Rockefeller. O memorando datilografado conserva pedaços dessa história: as divergências profundas entre as teses adornianas e Lazarsfeld, que ali manifestou sua indignação em letras garrafais, ora em inglês, ora em alemão. Para entender a razão de ser das críticas de Lazarsfeld às propostas de Adorno, é preciso recuperar um pouco as circunstâncias históricas do próprio projeto de Princeton, desde o seu nascimento.

A pesquisa denominada e conhecida como *The Princeton Radio Research Project* não foi realizada na Universidade de Princeton, e sim, num centro de pesquisas metodológicas fundado por Paul Felix Lazarsfeld em 1936, na Universidade de Newark (New Jersey) e financiado, a partir do outono de 1937, pela Fundação Rockefeller com um orçamento de US\$ 67000, pelo período de 02 anos (embora pudesse ser refinanciado por mais um biênio, de acordo com a aprovação de seus resultados). Na verdade, essa verba foi destinada ao psicólogo Hadley Cantril da Universidade de Princeton, por ter escrito um importante trabalho em co-autoria com Gordon Allport, sobre a psicologia do rádio em 1935.

Hadley Cantril, no entanto, ofereceu a direção da pesquisa a Lazarsfeld, cujo

² Theodor W. ADORNO, “Music in Radio (Memorandum)”, in *Lazarsfeld Collections*, New York: Columbia University Archives (Butler Library), 1938.

nome fora indicado por Robert S. Lynd, da Universidade de Columbia. As negociações então ocorridas resultaram na transferência da verba para o centro de pesquisa na Universidade de Newark, embora Cantril e Frank N. Stanton, do departamento de pesquisa da *Columbia Broadcasting System* (CBS), tivessem sido nomeados diretores associados da pesquisa pela Fundação Rockefeller, através do responsável oficial pelo Projeto do Rádio, o historiador John Marshall. Quando a verba foi transferida para o centro de pesquisa de Newark, ele passou a ser chamado de *Office of Radio Research*. Na medida em que passou a ter autonomia funcional com relação à Universidade, o Reitor pediu para a equipe de Lazarsfeld desocupar o espaço do *Office*; no ano de 1938, ele ficou sediado em Nova York, no *Union Square*, n. 41.

Em 1945, o *Office* foi transformado, através de um vínculo com a Universidade de Columbia, no *Bureau of Applied Social Research* (BASR), supervisionado por 04 professores de Columbia, além de Frank N. Stanton da CBS. O BASR continuou ativo até 1977 e durou cerca de 40 anos (Lazarsfeld considerava que sua fundação tivesse sido em 1937, quando era ainda o *Office of Radio Research*), tendo produzido mais de 500 pesquisas sobre assuntos variados³.

O projeto de Princeton, desde o seu início, estabeleceu uma divisão ou seção especial destinada ao estudo da música no rádio, da qual Adorno se tornou diretor. Segundo dados da CBS, em 1934, os programas musicais constituíam cerca de 60% das emissões radiofônicas, e a música popular concentrava mais tempo de transmissão que os programas de música séria e os não musicais (*soap operas*, diálogos com roteiros, noticiário, programas educacionais, políticos, humorísticos, etc), embora já houvesse algumas estações de rádio especializadas para este ou aquele tipo de programação. O artigo de Edward A. Suchman - “Invitation to Music: a Study of the Creation of New Music Listeners by the Radio” - publicado na antologia de Lazarsfeld⁴, é uma análise de ouvintes da rádio WNYC, estação municipal e não comercial operando na cidade de Nova York apenas com música séria, sendo um de seus programas muito popular na época: *The Masterwork Hour*.

A investigação ainda carecia, segundo Lazarsfeld, de métodos e procedimentos para o estudo da comunicação midiática; pelo menos um ano do projeto seria dedicado para descobrir como estudar as audiências do rádio. A prioridade, desde o

³ John BARTON, *Bureau of Applied Research, Columbia University: Bibliography from its Founding in 1937 to its Closing in 1977*, New York: University of Columbia, 1977.

⁴ Paul F. LAZARSFELD & Frank N. STANTON (eds.), *Radio Research*, ob. cit.

começo da pesquisa, era a de conhecer os tipos de ouvintes nos Estados Unidos, que já contavam com três grandes redes de estações transmissoras e mais de 600 estações comerciais em 1932. Em comparação com outros países, como a Alemanha, Rússia e Itália, os Estados Unidos tinham construído um sistema próprio de transmissão, sendo permitida a sustentação comercial das programações e os anúncios comerciais, bem como foi impedida a utilização do rádio para a propaganda política governamental. Outros países, tais como a Inglaterra, a França e a Áustria consideravam o rádio como um instrumento para a educação e entretenimento dos ouvintes. A maioria dos países da América do Norte e do Sul permitiu o uso comercial do rádio. No entanto, é digna de nota nessa época a enorme superioridade dos Estados Unidos na comunicação pelo rádio, em relação ao número de estações de outros países: Argentina, 38; a Austrália, 54; a Áustria, 06; a Bélgica, 22; o Canadá, 66; a Dinamarca, 04; a Alemanha, 30; a Itália, 12; a França, 30; a Rússia, 80; a Espanha, 15, etc. Por aí se vê que a era do rádio foi, sem dúvida, dominada pelas redes norte-americanas, o que deve ter contribuído sobremaneira para a difusão e significativo aumento de vendas de sua música popular no mundo.

2. O VALOR ESSENCIAL DO RÁDIO PARA TODOS OS TIPOS DE OUVINTES

A visão sociológica de Theodor W. Adorno sobre o rádio e, sobretudo, da música condicionada por esse meio de comunicação de massas, não poderia se coadunar com as intenções e métodos de trabalho do projeto de Princeton. A começar, pela financiadora do projeto – a Fundação Rockefeller. Ainda que esse projeto parecesse estar vinculado ao desejo de conhecer as audiências e os efeitos desse meio de comunicação sobre elas, alguns autores julgam que o interesse pela radiodifusão teve relação com a vitória eleitoral de Franklin D. Roosevelt, que assim enfrentou e derrotou a imprensa dominada pelos republicanos⁵.

A crítica adorniana da música popular contrariava os interesses dos patrocinadores comerciais das programações musicais do rádio. Na verdade, a Fundação pretendia que a pesquisa desembocasse em conclusões e recomendações práticas dirigidas aos diretores das emissoras de rádio. Como fundação privada, ela sustentava ou apoiava investigações com coleta de dados e tradução dos seus resultados empíricos em receitas administrativas, supondo que o rádio devesse prestar um serviço públi-

⁵ Josep PICÓ, “Teoría y empiria en el análisis sociológico: Paul Lazarsfeld y sus críticos”, *Papers*, 54 (1998), pág. 31.

co para as audiências. Em outras palavras, o financiamento do projeto de Princeton propunha uma *pesquisa administrativa* sobre o rádio, ou melhor, sobre “o valor essencial do rádio para todos os tipos de ouvintes”.

É interessante, pois, entender o que seria uma pesquisa administrativa e as intenções que carregava consigo.

Um artigo de Lazarsfeld publicado em 1941 nos *Studies in Philosophy and Social Science* e depois republicado num livro de 1972 sobre análise qualitativa, pretendeu ter esclarecido o assunto, revidando as opiniões contrárias aos propósitos administrativos do projeto de Princeton: “a direção da opinião pública e da administração pública está em se criar melhores condições sociais”⁶, embora essa tendência ainda não tivesse se desenvolvido em “assuntos culturais”. Segundo Picó⁷, as *good policies* da administração pública nos anos 30, desde a presidência de H. Hoover e depois, com Franklin Roosevelt, já contavam com a colaboração de investigações científicas de cunho empírico, sobretudo das ciências sociais aplicadas: a política (*politics*) como atividade de argumentação e de mobilização de massas foi substituída pela *policy making*, ou seja, pela elaboração “científica” e pela opção entre soluções alternativas a problemas isolados.

No caso do projeto de Princeton, isso implicava em conhecer os vários tipos de audiências e as influências sociais (hábitos, costumes, valores, etc) das programações radiofônicas sobre elas. Se, exemplifica Lazarsfeld⁸, os anunciantes comerciais percebem que o rádio é um forte e poderoso vendedor de produtos, então os meios impressos receberão menos dinheiro deles. Caberá então ao pesquisador saber se o rádio desenvolve uma deterioração geral dos hábitos de leitura da população. A pesquisa administrativa versaria, portanto, sobre problemas considerados de interesse público, para fornecer elementos factuais de *surveys* e *panels* às demandas do Estado ou de outras agências financiadoras, com vistas a uma intervenção política possível junto aos donos de emissoras.

Em princípio, o tema da pesquisa versava sobre os ouvintes –*listening to the listener*– para captar como os ouvintes eram afetados pelos vários tipos de programas radiofônicos. Sete perguntas norteavam a pesquisa de campo, que utilizava métodos estatísticos comparativos entre ouvintes e não ouvintes, bem como detalhados

⁶ Paul LAZARFELD, “Administrative and Critical Communications Research”, in *Qualitative Analysis, Historical and Critical Essays*, Boston: Allyn & Bacon Inc., 1972, pág. 164.

⁷ Josep PICÓ, “Teoría y empiria en el análisis sociológico”, ob. cit., pág. 17.

⁸ Paul LAZARFELD, “Administrative and Critical Communications Research”, ob. cit., pág. 156.

estudos de caso de ouvintes individuais:

1. Quem ouve?
2. Em que lugares a audiência ocorre?
3. Quando a audiência ocorre?
4. O que é ouvido?
5. Por quê as pessoas ouvem?
6. Como as pessoas ouvem?
7. Quais são os efeitos da audiência?

Qual seria o papel da crítica do rádio nessa pesquisa?

No seu artigo sobre a pesquisa administrativa, Lazarsfeld diz que ela deveria ser realizada a serviço de alguma espécie de agência administrativa de caráter público ou privado. Em outras palavras, que essa agência deveria saber o que fazer com os resultados da pesquisa, já que havia sido por ela encomendada. No entanto, “a ideia de pesquisa crítica é colocada contra a prática da pesquisa administrativa, requerendo que, antes e em acréscimo a qualquer propósito especial a que possa servir, o papel geral de nosso meio de comunicação no sistema social presente deveria ser estudado”⁹. O rádio, sem dúvida, deveria ser olhado como parte de um sistema social de *advertising culture*: a técnica de manipular grandes massas de pessoas –nos diz Lazarsfeld– foi desenvolvida no mundo dos negócios, mas acabou permeando toda a nossa cultura, que engolfada por uma multidão de padrões promocionais, conduz as pessoas como se fossem peões num tabuleiro de xadrez.

A antecipação da crítica, pela via de uma teoria da sociedade, seria o inverso da pesquisa que buscava conhecer os fatos na sua crueza empírica. Na verdade, Lazarsfeld, desde o começo da pesquisa sobre o rádio, pretendia combinar ou integrar as duas abordagens –a administrativa e a crítica– mas com a ressalva que a pesquisa de campo ou as observações não deveriam ser *viesadas e antecipadas* por uma teoria social das tendências prevalentes em uma cultura promocional.

Lazarsfeld parecia não supor, em momento algum, que os dados empíricos imediatos da pesquisa –as reações dos ouvintes, os seus *likes and dislikes*– poderiam estar mediatizando forças sociais “de fora” do seu âmbito, ou que poderia haver uma teoria subjacente ao seu próprio empirismo. Ou a de se permitir um experimento teórico, como Adorno o fez no clássico artigo “The Radio Symphony: an

⁹ Ibid., pág. 159 s.

experiment in theory”¹⁰, ou no esforço de se manter a teoria (ou conceitos) numa permanente tensão dialética com o seu objeto, representado pelos dados coletados.

3. ADORNO NA TERRA DOS PATROCINADORES DO RÁDIO

Adorno frisa, logo no início de seu memorando “Music in Radio”: “Numa primeira abordagem o autor acredita que o Projeto de Música deverá aspirar a uma ‘teoria social da música no rádio’. Não é suficiente meramente coletar fatos e deles induzir asserções gerais simplesmente por meio de métodos estatísticos ou outros”¹¹. Continua:

“Em outras palavras, uma teoria social do rádio significa uma tentativa de investigar a esfera limitada do rádio como uma espécie de padrão ou microcosmo contendo todos os problemas, antagonismos, tensões e tendências que podem ser encontrados no todo da sociedade moderna. Com a vantagem de que essa esfera do rádio pode ser tratada com alguma chance de sucesso justamente porque a sua novidade dispensa praticamente todas as aparências tradicionais que escondem o trabalho real do mecanismo da sociedade em sua forma mais desenvolvida nas outras esferas da atividade humana.”¹²

Mais adiante, aponta para o nó górdio da conexão entre empirismo e teoria: com a teoria, pretende apenas desenvolver um experimento teórico e assinala que mesmo os métodos mais empíricos de pesquisa assumem certas bases teóricas pelas quais ela pode ser desenvolvida, de modo que os resultados dependem –quer de forma tácita ou não– das idéias teóricas originais.

A música ocupa um papel importante no rádio, mas sua proposta não é a de estudar a sua presença quantitativa (65%) nas programações, mas sim a alteração qualitativa que sofre ao ser reproduzida por esse meio de comunicação. De certa maneira, são as alterações qualitativas da *música* que servirão para mostrar

“os traços decisivos do rádio como um fenômeno social mais claramente que outras formas de transmissão radiofônica. O fato que a música não tem ‘conteúdo’ no sentido comum é uma das razões pelas quais os mecanismos sociais e técnicos do rádio são mais óbvios que naqueles domínios em que um conteúdo mais tangível, tal como a informação, é transmitida; ou naqueles em que as

¹⁰ Theodor W. ADORNO, “The Radio Symphony: an Experiment in Theory”, in P. Lazarsfeld & F. Stanton (eds.): *Radio Research 1941*, ob. cit., págs. 110-139.

¹¹ Theodor W. ADORNO, “Music in Radio”, ob. cit., pág. 1.

¹² *Ibid.*, pág. 2.

condições específicas do rádio não parecem desempenhar uma parte tão grande como na música, ou naqueles que se aproximam das condições da informação pela imprensa.”¹³

Ora, isso requer o abandono de algumas questões correntes na literatura do rádio e evitar, desde o início, o conceito de que um dos principais propósitos do rádio é “educar o público” para uma melhor compreensão da música. Outro ponto a ser abandonado como ingênuo: considerar as “reações dos ouvintes” como a fonte absoluta da pesquisa. Embora a recepção do ouvinte seja uma parte importante da pesquisa, as suas reações não constituem um ponto de partida e sim, de chegada. Elas não podem ser interpretadas em termos de espontaneidade, liberdade e independência que “constituem a aparência de reação”. Essa ilusão é alimentada pelo próprio mecanismo da propaganda moderna, que esconde o fato de a audiência ser a única *mercadoria* produzida e vendida pelo rádio aos anunciantes. Como diz Jenemann:

“Embora ainda hoje a maioria dos ouvintes suponha que o rádio é ‘grátis’, as redes de emissoras realmente transformam os ouvintes em trabalhadores ao venderem os seus ouvidos aos anunciantes comerciais. O que é grátis, de fato, é o ‘trabalho da atenção’, tal como foi chamado por Jonathan Beller (embora no contexto dos estúdios de cinema), que os ouvintes fornecem graciosamente às redes.”¹⁴

Ele inverte, daí em diante, a metodologia da pesquisa inventada pela equipe de Lazarsfeld, nos capítulos que compõem o memorando:

“Começando deste ponto, novos métodos adaptados às condições específicas dos fenômenos musicais e da psicologia da música terão que ser elaborados, concernentes ao mecanismo real atrás das preferências e aversões dos ouvintes e ao mecanismo de esconder tais influências na medida em que se tornaram mais fortes.”¹⁵

Já começa a se delinear, nesse memorando, o tema principal de sua pesquisa sobre a música no rádio: a fisionomia do rádio.

Esse tema foi desenvolvido, embora de forma incompleta, em *Current of music: elements of a radio theory*. A extrema originalidade de seus estudos sobre o rádio —que se distingue e se opõe à literatura usual dos *media studies* ou dos estudos sobre

¹³ *Ibid.*, pág. 5.

¹⁴ David JENEMANN, *Adorno in America*, Minnesota: University of Minnesota Press, 2007, pág. 64.

¹⁵ Theodor W. ADORNO, “Music in Radio”, *ob. cit.*, pág. 5.

culturas populares— mostra que, de fato, aí se encontram as idéias seminais de sua teoria estética madura: “*Current of Music* é uma crítica estética da música no rádio e, nessa medida, é, acima de tudo, uma estética.”¹⁶

4. POR UMA FISIOGNOMIA DO RÁDIO

Numa discussão com Lucien Goldmann sobre a sociologia da literatura, no Segundo Colóquio Internacional de Royaumont, em Janeiro de 1968, Adorno disse de modo taxativo: *o método é uma função do seu objeto* e não, o contrário; apenas o espírito positivista –a consciência de nosso tempo– nos convenceu que o método é quem valida a cientificidade do conhecimento sobre o objeto¹⁷. O primado do objeto nos obriga a descobrir as suas características imanentes ou estruturais, bem como a acompanhar bem de perto os seus movimentos históricos. Isso explica a sua urgência de inventar e desenvolver uma abordagem teórico/metodológica para o estudo do rádio em 1938, que denominou pela abstrusa expressão “descrição fisiognômica”. Mas alterou substantivamente o sentido da expressão tal como foi cunhada por J. K. Lavater (1741-1801), eliminando o seu vínculo com o ocultismo e outras bobagens.

Ainda com poucas nuances, a fisiognomia é assim descrita no memorando “Music in Radio”:

“O termo ‘fisiognômica’ e não ‘psicologia’ é usado porque esta seção começa com a descrição das atitudes reais e eventos concretos entre o aparato do rádio e o ouvinte: na medida em que tais relações incluem tanto elementos objetivos quanto subjetivos, elas não podem ser descritas exclusivamente em termos da psicologia individual, mas devem ser tratadas como manifestações de uma estrutura social que podem ser a *condição* para os fatos psicológicos mas que não podem ser facilmente reduzidos à *psicologia*. Para expressar esta tentativa em termos metafóricos: o autor está interessado em descrever as ‘expressões faciais’ do próprio aparato do rádio no seu papel junto à classe média ou à família burguesa; para mostrar o fenômeno que continuamente aparece e reaparece assim que um aparelho de rádio é ligado; o próprio comportamento do rádio e

¹⁶ Robert HULLOT-KENTOR, “Second Salvage. Prolegomenon to a Reconstruction of *Current of Music*”, in *Things Beyond Resemblance. Collected Essays on Theodor W. Adorno*, New York: Columbia University Press, 2006, pág. 118.

¹⁷ Theodor W. ADORNO, “Sur la sociologie de la littérature”, in *Lucien Goldman et la sociologie de la littérature*, Bruxelles: Ed. De L'Université de Bruxelles, 1975, págs. 33-50.

o comportamento regular das pessoas que a ele respondem.”¹⁸

Não há dúvida que o rádio, como meio de comunicação e informação, reproduz tecnicamente os sons em ondas hertzianas que alcançam o ouvinte pela via de um aparelho que converte essas ondas eletromagnéticas em ondas sonoras, com a vantagem de aumentar extraordinariamente a velocidade de transmissão do som, quase eliminando a diferença temporal entre a emissão e a recepção.

Em *Current of Music*¹⁹, Adorno relata uma experiência interessante por meio da qual essa característica do rádio –a coincidência temporal– se torna evidente. Em Kronberg, onde se encontrava frequentemente com alguns amigos, teve a oportunidade de ouvir um rouxinol que cantava belissimamente no jardim. Esse rouxinol foi descoberto pela estação de rádio de Frankfurt; Adorno e os amigos se puseram a ouvir não só o canto do rouxinol na vizinhança como a ouvi-lo também pelo rádio, no mesmo momento. O resultado foi o seguinte: o canto transmitido ou reproduzido tecnicamente pelo rádio foi ouvido um pouco antes que o seu canto real, por causa da diferença de velocidade entre as ondas sonoras e as eletromagnéticas, produzindo a impressão enganosa de o canto real ser um *eco* do canto reproduzido pelo rádio!

A *ilusão da imediatividade* ou *pseudo-imediatividade* foi, sem dúvida, causada por uma característica imanente do rádio: a coincidência/simultaneidade temporal. Se houve alguém na História que compreendeu a força da ilusão da imediatividade causada pelo rádio –ligada à coincidência temporal– foi Orson Welles. Ele usou magistralmente essa característica do rádio na dramatização da peça *A Guerra dos Mundos*, fazendo milhões de ouvintes entrarem em pânico imediato diante de falsos boletins de notícias sobre uma invasão de marcianos, interrompendo brusca e também falso programa musical: a invasão estava acontecendo naquele momento! Para tanto, a dramatização ocorreu sem os *breaks* de anúncios comerciais durante a primeira parte da peça, com a finalidade de não quebrar a ilusão, ou seja, de levar os ouvintes a não perceberem que se tratava de uma peça ficcional. Essa mesma peça, num filme, num livro ou gravada num CD, não causaria a mesma ilusão porque a mediação técnica é objetivada e percebida pelo receptor. Por essa característica, é como se o aparato do rádio “evaporasse” a si mesmo como mediação. Seria apenas uma *voz humana* falando nos ouvidos do receptor, como diria

¹⁸ Theodor W. ADORNO, “Music in Radio”, ob. cit., pág. 16 s. (grifos do autor).

¹⁹ Theodor W. ADORNO, *Current of Music. Elements of a Radio Theory*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2006, pág. 120.

Adorno.

Outra característica da tecnologia do rádio é a *ubiquidade* espacial, a sua capacidade de onipresença. As emissões radiofônicas podem ser captadas em muitos lugares ao mesmo tempo, praticamente abolindo as distâncias geográficas e atingindo milhões de ouvintes ao mesmo tempo. O que é que acontece quando a música é reproduzida tecnicamente pelo rádio?

Para Adorno, a música só existe quando é reproduzida (tocada) e em cada reprodução, tem o seu *hic et nunc*:

“É verdade que não podemos dizer que na música o ‘original’ é mais autêntico que a sua reprodução porque ela existe realmente apenas ao ser reproduzida. Toda partitura é, num certo sentido, apenas um sistema de prescrições para possível reprodução, e nada ‘em si mesma’. [...] A autenticidade que Benjamin atribui às artes visuais em relação ao original deve ser atribuída à reprodução ao vivo na música. Essa reprodução ao vivo tem seu ‘aqui’ – a sala de concerto ou a ópera – e o seu ‘agora’ – o momento mesmo em que é executada.”²⁰

A reprodução tecnológica da música – mesmo sendo tocada ao vivo no rádio – sofre a intervenção da ubiquidade, ao perder o seu “aqui” e adquirir com isso uma espécie de neutralidade espacial. A sua reprodução pelo rádio parece produzir algo semelhante às inúmeras imagens de um corpo numa sala de espelhos, como se fossem meros fantasmas imateriais (*spooks*). Mas isto não é verdadeiro, diz Adorno. A música em si não é destituída de espaço, embora o *espaço musical* não seja o espaço empírico ou físico.

Muitas vezes, a música cria uma *perspectiva espacial* própria, geralmente com o uso de instrumentos como as trompas, os tambores, os triângulos e os pratos, para dar a sensação do *longe* e do *próximo* (por exemplo, em *Os Pinheiros de Roma* de Respighi, ouvimos a fanfarras do exército consular *avançando* pela Via Appia até a sua chegada triunfal no Capitólio). O espaço musicalmente construído não deixa de ser, diz Adorno, uma sublimação do espaço físico externo, como se este estivesse presente e atravessando a música, da mesma maneira que o social está presente e internalizado na construção do aparelho psíquico. Perder o seu “aqui” equivale a tornar não-aurática a sua reprodução – ou seja, ao ser reproduzida pela tecnologia do rádio, a ubiquidade retira a determinação espacial (*hic*) da música e cria a falsa sensação de que ela é destituída de espaço.

²⁰ *Ibid.*, pág. 140 s.

Mas há um efeito mais forte da ubiquidade do rádio sobre a produção musical: é a *padronização*. O rádio, pela sua própria natureza, é um veículo de comunicação de massas. Ele se dirige a incontáveis ouvintes de lugares diferentes –que na verdade, o mantém vivo no ar com os préstimos de seus ouvidos– de forma que se dirige a um ouvinte médio, um ouvinte-padrão que representa abstratamente milhões de ouvintes.

Poderíamos entender, erroneamente, que a padronização deriva da padronização das programações das emissoras de rádio que, em princípio, podem ser alteradas pelos seus donos. Mas a padronização de que nos fala Adorno está vinculada à natureza do veículo e à sua ubiquidade – daí a hifenização *ubiquidade-padronização*. Pode ser que a programação das emissoras derive sua padronização dessa característica imanente e da presença dos monopólios no mercado musical.

Por causa da padronização, os ouvintes dela tentam escapar com *pseudo-atividades*, que são tentativas mal sucedidas de se tornarem os *sujeitos da audição* na relação com o rádio. No entanto, suas atividades são ilusoriamente livres quando mudam de estação, alteram o volume para mais alto ou mais baixo, ajustam a frequência da emissora, dão sugestões de mudanças por cartas às emissoras, etc. A única atividade realmente livre do ouvinte é a de desligar o seu aparelho e sair do campo fenomenal criado pelo rádio. O ouvinte sente, de fato, um certo alívio ao desligar-se do comando sutil do rádio.

O fenômeno do rádio, que ocorre quando o ouvinte liga o seu aparelho e sintoniza uma estação, é, na realidade, um *campo fenomenal* no qual o emissor e o receptor não se dissociam. Esse campo desaparece apenas quando o ouvinte desliga o seu aparelho. O ouvinte é parte do aparato do rádio e se esse aparato precisa da padronização para atingir a maior massa possível de participantes no seu campo fenomenal, então a sua escuta também passa pelo processo de padronização.

Qual é o nível de *listening* condicionado pelo rádio? Qual é o tipo de ouvinte decorrente de sua ubiquidade-padronização? Qual é o tipo de música que mais se adapta a essa padronização da escuta?

Há vários níveis de *listening* de música pelo ouvinte, desde o nível zero até o mais alto. O *muzak* ou música funcional praticamente anula a sua escuta –o *non-listening*– pois é criada para servir de ambiente ou *background*, funcionando da mesma maneira que um condicionador de ar numa loja. É *musica para não ser ouvida*, com a finalidade determinada de criar uma “atmosfera” agradável num lugar de trabalho, lazer ou de consumo. A música séria possui uma técnica de

composição que exige alto grau de concentração do ouvinte; a música popular ou de entretenimento das massas, ao contrário, possui uma técnica de composição que determina um rebaixamento do nível do *listening* –a *audição regredida*– porque, sob os grilhões da indústria cultural da música e do rádio, ela já “nasce” padronizada, repetitiva e falsamente inovada. (A este respeito, no memorando de 1938, Adorno faz uma breve referência à teoria de Alfred Sohn-Rethel sobre a *socialização dos sentidos*, isto é, sobre a apropriação negativa dos sentidos do indivíduo pelo mecanismo da sociedade; o rádio representaria a conquista ou a captura dos ouvidos pela sociedade capitalista na forma do microfone, como um substituto redutor do sentido da audição. Por ela, Adorno pretendia desenvolver uma teoria da audição infantil ou regredida do ouvinte do rádio).

Como é que a música séria reproduzida pelo rádio é escutada pelo ouvinte? Uma *sinfonia de Beethoven no rádio* é igual à sua reprodução numa sala de concertos? “The Radio Symphony” responde a essas questões. O rádio, poder-se-ia pensar, não afeta a qualidade da composição sinfônica, porque ela foi criada muito antes do processo da industrialização da música. Mas ao ser reproduzida pela tecnologia do rádio, ela sofre transformações estruturais que acabam incidindo na escuta do ouvinte: uma *sinfonia de Beethoven no rádio* é um produto muito diferente da sinfonia de Beethoven, parecendo mais uma música de câmara de baixa qualidade do que uma sinfonia. Ela perde, já de início, a sua enorme dimensão acústica –uma verdadeira catedral de sons– para se transformar em uma miniatura de uma catedral. Do lado do ouvinte que a ouve no seu quarto, diminuem os seus fortísimos e se perdem os pianísimos –a sua intensidade ou magnitude absoluta– e são ouvidos com atenção apenas alguns temas melódicos e detalhes expressivos mais sensoriais que não constituem, de forma alguma, o seu elemento principal.

A análise musicológica de Adorno sobre as sinfonias de Beethoven (sobretudo da Quinta Sinfonia) aponta para seus traços estruturais, que são perdidos na sua reprodução tecnológica pelo rádio, impedindo, de fato, que o ouvinte tenha uma verdadeira experiência estética de contato com elas: a *contração temporal*, a *absorção sinfônica*, a *totalidade orgânica*, o *caráter dramático* e a sua *função social*. Cada um desses elementos é apagado ou deteriorado na reprodução pelo rádio, de modo que a maior perda é a perda da estrutura sinfônica.

“Isso mostra a necessidade de se começar pela esfera da reprodução das obras musicais do que pela análise das reações dos ouvintes. A última supõe uma espécie de realismo ingênuo com respeito a noções como sinfonia ou ‘grande

música’ no ar. Se esta música é fundamentalmente diferente do que é suposto ser, as declarações dos ouvintes sobre as suas reações a ela devem ser avaliadas de acordo. Não há justificação para a aceitação não qualificada da palavra do ouvinte sobre seu súbito deleite com uma sinfonia de Beethoven, se essa sinfonia é mudada no próprio momento em que é difundida pelo rádio como algo muito próximo ao entretenimento. Além do mais, a análise invalida a idéia otimista de que o conhecimento da sinfonia no rádio deteriorada ou ‘dissolvida’ pode ser um primeiro passo em direção à experiência musical verdadeira, consciente e adequada.”²¹

Este trecho resume a metodologia de Adorno: a investigação deve começar pela *esfera da reprodução tecnológica* e não, pelo ouvinte que ouve a sua réplica tecnológica. O contrário do que Lazarsfeld propunha, supondo que a escuta do ouvinte fosse o ponto de partida da pesquisa da música no rádio. Daí a importância de conhecer o funcionamento do aparato do rádio e depois, a música por ele reproduzida –séria ou popular– e por último, o ouvinte. A fisiognomia como método seria capaz de percorrer, a um só tempo, *todo o arco da investigação*: da produção musical à sua reprodução técnica e destas, para o ouvinte. Mas, na verdade, tanto a produção musical assim como a recepção estariam ambas “contaminadas” ou dominadas pela reprodução tecnológica.

Continuando a sua descrição do fenômeno do rádio, Adorno descobre mais algumas características imanentes a ele: além da *simultaneidade temporal*, da *ubiquidade* e da *ubiquidade-padroneização*, o *caráter de imagem do som do rádio* e a *escuta atomística*.

Os ouvintes daquela época não raro manifestavam uma certa insatisfação com o caráter “artificial” da música no rádio, que atribuíam à impossibilidade de ver os instrumentos e demais elementos de uma orquestra, mesmo quando os programas reproduziam músicas tocadas no estúdio ou nas salas de concerto. Essa demanda derivava do fato, analisado por Adorno, de não estarem ouvindo os sons “originais”, e sim, as suas “imagens sonoras”.

A razão de ser dos ouvintes sentirem o caráter artificial da música do rádio, a despeito de estarem ouvindo música “ao vivo” e com sinais de barulhos (palmas, acessos de tosse, por exemplo) das salas de concerto, derivava de outra característica do rádio: o *hear-stripe*. Mesmo não sendo percebido conscientemente quando a música era transmitida diretamente da orquestra, esse ruído era inconscientemente captado como um *fundo* da música. Tal fundo era o próprio *som do mecanismo de*

²¹ Theodor W. ADORNO, “The Radio Symphony”, ob. cit., pág. 135 s.

reprodução (percebido conscientemente apenas quando o ouvinte estivesse passando de uma estação para outra), derivado da passagem da corrente elétrica para a conversão dos sons originais e sua ampliação pelo rádio. Não era o ruído causado por interferências externas naturais, como as dos raios solares, ou outros aparelhos elétricos na frequência da estação, etc (No tempo das ondas curtas, médias e longas, esse ruído do transmissor era bastante alto; hoje, o rádio trabalha com tecnologias capazes de reduzir os ruídos, melhorar a reprodução e a qualidade da escuta por meio da manipulação de efeitos acústicos).

Comparando a reprodução tecnológica da música no rádio com a reprodução dos objetos em movimento pelo cinema, podemos esclarecer como se dá a produção da imagem sonora no rádio. O objeto em movimento é registrado em imagens (fotogramas) na película fotográfica quando é capturado por meio de uma câmara de alta resolução e velocidade. O movimento é convertido em uma série de fotogramas que, na verdade, o *espacializam* em imagens separadas e sem movimento. Quando a película é projetada numa tela de cinema, é produzida *a ilusão ou sensação ilusória do movimento*. O nosso cérebro bloqueia a percepção dessa espacialização por causa da velocidade ou frequência das imagens por segundo. Em outras palavras, o objeto-em-movimento do cinema é uma ilusão criada tecnologicamente.

A música no rádio sofre transformação semelhante: ela é capturada pelos microfones e depois, projetada no *hear-stripe* como os fotogramas numa tela de cinema, reproduzindo artificialmente a sequência temporal dos sons e acordes. Daí a sensação do ouvinte de não estar ouvindo a música original, porque, de fato, está recebendo apenas a sua imagem ou réplica criada tecnologicamente. Ouvida pelos alto-falantes, após essa transformação em imagem sonora, a música perde a sua própria “realidade”. A *perda da aura*, no sentido benjaminiano com respeito à reprodução técnica nas artes visuais, pode ser reduzida a essa *perda da realidade* da música reproduzida pelo rádio e à consequente quebra de seu “encanto”.

“Na experiência cotidiana o termo ‘enlatado’, aplicado ao rádio e à música do fonógrafo, expressa esse caráter de imagem. A diferença entre a imagem sonora e o som real pode ser adequadamente comparada com a diferença entre o alimento fresco e o alimento enlatado. O *hear-stripe*, finalmente, parece agir como o médium sobre o qual a imagem aparece. E em contraste com o ‘caráter natural’ do *hear-stripe*, o caráter de imagem da música mantém-se vívido o tempo inteiro.”²²

²² Theodor W. ADORNO, *Current of Music*, ob. cit., pág. 180.

A *escuta atomística*, já apontada extensivamente por Adorno em “The Radio Symphony” como o motivo pelo qual o ouvinte de rádio não consegue perceber a estrutura sinfônica ou sua totalidade orgânica, não é exclusividade do rádio embora seja uma característica imanente a ele. O caráter de imagem do som do rádio –a artificialidade da voz do rádio– diminui não só os contrastes dinâmicos mas também dificulta a percepção das diferenças entre os timbres por excesso de reverberação do som, impedindo o ouvinte até de distinguir alguns sons de instrumentos. Contraditoriamente, essa perda do charme, riqueza e colorido de cada som –que afeta a sua percepção da unidade da música– força o ouvinte a devotar a sua atenção ou a se distrair com detalhes isolados. “Assim o *listening* se torna mais sensual a despeito da diminuição de suas qualidades sensuais”²³. No entanto, essa mesma característica favorece a transmissão radiofônica do jazz:

“Essa pode ser a razão pela qual o jazz pareça ser particularmente apropriado para a transmissão pelo rádio. A arte de mudar um som instrumental por outro tem se desenvolvido a um nível recorde aqui. É com frequência muito difícil mesmo para um perito distinguir o som de certos tipos de trompete em surdina da clarineta ou do saxofone. O jazz, de certo modo, se parece com o rádio no sentido da ‘voz do rádio’. Por conseguinte, ele é o que tem menos a perder na radiodifusão. É muito mais difícil se certificar que o jazz que se ouve num restaurante está sendo tocado por uma banda ou pelo rádio, do que se certificar sobre um conjunto de música de câmara. Tal observação não está confinada ao perito. Respondentes têm reportado essa observação em muitas entrevistas.”²⁴

Sugerimos, diz Adorno, que as qualidades em questão sejam chamadas de “qualidades culinárias”: uma expressão para designar o que é apreciado e dá prazer sensual instantâneo e transitório ao ouvinte. Ele passa a ter desprazer com os elementos de tensão da música séria e a preferir sons suaves e ricos que abolem tudo de sua presença. Embora as dissonâncias e estímulos pareçam dar uma espécie de tensão na música popular –como no jazz– eles se tornam agradáveis porque são comparáveis às tensões voluptuosas na esfera sexual: meros ingredientes *apimentados* da música.

Essas qualidades sensuais também ocorrem na música séria como elementos de um todo e não, entidades independentes. Mas na música do rádio, elas estão se tornando cada vez mais importantes, atraindo a atenção do ouvinte para longe dos

²³ *Ibid.*, pág. 186.

²⁴ *Ibid.*, pág. 185 (nota 1).

elementos estruturais da totalidade, de forma a dissociá-la em partes.

O desenvolvimento histórico da música durante o século XIX ajudou a acelerar essa mudança: em Wagner e Tchaikovsky, as mudanças dos elementos expressivos para qualidades culinárias quase se tornaram totalitárias –razão pela qual eles se tornaram extremamente populares e suas músicas, muito próximas às músicas populares da época. Os ouvintes de rádio, iniciados pelo rádio na audição de música séria, manifestavam maior interesse pelos *minus composers*, em busca de romance, excitação sensual e entretenimento. De uma pesquisa da década de 40 sobre os ouvintes da rádio WNYC, dedicada à música séria, Suchman tirou a seguinte conclusão:

“Há poucas dúvidas sobre o rádio estar criando novos ouvintes. Mas não há razão para acreditar que as coisas vão bem. A evidência aponta para a construção de um pseudo-interesse pela música no rádio. Sinais de uma verdadeira compreensão estão faltando. Familiaridade, sem compreensão, parece ser o resultado. A música é ouvida para o relaxamento romântico ou excitação, sem qualquer preocupação pelo desenvolvimento ou as relações da música. Em outras palavras, o rádio não faz o trabalho do educador, embora crie uma situação favorável aos seus esforços.”²⁵

5. O ROSTRO, A VOZ, A BOCA E OS OUVIDOS DO RÁDIO

O rádio ligado aparece como uma voz humana para o ouvinte e não, como uma mediação tecnológica. Ao ouvir a música no fonógrafo, o receptor tem plena ciência da mediação –ela está congelada materialmente no disco gravado. Apenas o rádio cria a aparência de não ser uma mediação. Ele é uma voz que fala por uma boca –os alto-falantes– e têm nos microfones do estúdio, os seus ouvidos. Se o rádio está personificado ou tem uma *persona*, sua influência sobre o ouvinte não pode ser subestimada. Tampouco pelo investigador, que deve criar um método adequado para a abordagem desse fenômeno peculiar. Não se trata apenas de estudar a psicologia do ouvinte do rádio, porque o fenômeno é mais complexo, compreendendo elementos objetivos –as características iminentes do rádio– e elementos subjetivos –a recepção condicionada do ouvinte dentro do campo fenomenal do rádio.

²⁵ Edward A. SUCHMANN, “Invitation to Music. A Study on the Creation of New Music Listeners by the Radio”, em P. Lazarsfeld & F. Stanton (eds.): *Radio Research*, ob. cit., pág. 179.

A fisionomia do rádio exige, portanto, uma abordagem fenomenológica:

“Primeiro de tudo, nosso estudo se mantém tão próximo quanto possível do fenômeno e não de qualquer hipótese ou pré-julgamento sobre o fenômeno, entendido de modo grosseiro como a música emitida pelo alto-falante. Sem dúvida, nossas inferências algumas vezes tomam a forma de hipóteses, mas estamos tentando desenvolvê-las a partir da observação do próprio fenômeno e não deduzi-las de algo acima. A questão de porque seguimos este método descritivo ou ‘fenomenológico’ pode ser facilmente respondida. Estamos insistindo sobre o fenômeno porque ele é realmente o que determina a reação dos ouvintes, e é nossa aspiração máxima estudar o ouvinte.”²⁶

Se o fenômeno é subjetivo, como pretender alcançar os seus traços objetivos? É possível transcender a sua mera percepção sensorial imediata, ou seja, apanhar os seus elementos objetivos dentro do domínio do fenômeno tal como é subjetivamente percebido?

Diz Adorno que a sua distinção entre subjetivo e objetivo não implica em separação, mas apenas em uma distinção entre o que o fenômeno está apresentando e o que está “por trás” dessa aparência. O que é que está por trás da personificação do rádio, da ilusão da imediaticidade, da ilusão da atividade livre do ouvinte, etc?

“Um fisiognomista tenta estabelecer os traços típicos e expressões do rosto não por eles em si mesmos, mas para usá-los como indicações de processos ocultos por trás deles, assim como para indicações de um comportamento futuro a ser esperado com base em uma análise de sua expressão no presente.”²⁷

(Sem dúvida, está comparando a sua abordagem, com as devidas diferenças, àquela dos fisiognomistas antigos que queriam descobrir o *caráter* ou a *personalidade* por meio dos traços fisionômicos e expressões faciais de uma pessoa).

Assim, por trás da ilusão da imediaticidade, ele descobre o traço da coincidência temporal; por trás da pseudo-atividade, a ubiquidade-padronização; por trás do caráter artificial do som do rádio, o *hear-stripe* e a produção das imagens sonoras, etc. Chama a descoberta desses traços de “apercepção estrutural” que embora oposta à percepção sensorial e imediata do fenômeno, tem nesta o seu ponto de partida.

As questões principais que o movem nessa busca por uma “apercepção” do rádio são as *transformações* que esse instrumento tecnológico impõe à música e de quebra, ao ouvinte da música. Nada mais, nada menos. Eis aí o seu projeto de Princeton.

²⁶ Theodor W. ADORNO, *Current of Music*, ob. cit., pág. 107.

²⁷ *Ibid.*, pág. 112.

6. TIN PAN ALLEY: OS EDITORES DA MÚSICA POPULAR NOS ESTADOS UNIDOS

Antes de tudo, é preciso esclarecer que o estudo empírico de Adorno e MacDougald –o *Plugging Study*– foi realizado em plena era do rádio, do cinema falado, da música orquestral ou de dança tocada pelas *big bands* de Artie Shaw, Guy Lombardo, Paul Whiteman, Benny Goodman, Glenn Miller, Tommy Dorsey, etc.

Desde o fim de 1890 até 1950, foi consolidado um sistema que unificava as grandes editoras de música impressa (*sheets*), compositores, letristas, e *pluggers* para a produção, divulgação e distribuição da música popular norte-americana no país e no mundo. Esse sistema foi conhecido como *Tin Pan Alley* e só cedeu o seu lugar à indústria fonográfica a partir de meados de 1950.

A concentração das editoras surgiu em uma área de Nova York, no lado oeste da Rua 28, entre a Broadway e a Sexta Avenida. Essa área foi alcunhada *Tin Pan Alley* pelo jornalista Monroe Rosenfeld para expressar a cacofonia de muitos pianos tocados com estridência nas casas editoras, tal como se centenas de painéis metálicos estivessem sendo batidas e vibrando ao mesmo tempo (*tin*, para lata ou estanho; *pan*, para painel e *alley*, para beco ou ruela). Nova York era, nessa época, o principal centro de publicação da música popular, não só pela alta concentração urbana de músicos do *vaudeville* e de cantores, mas também por ser um centro financeiro capaz de dar ímpeto e energia à indústria musical. O sistema iniciado em Nova York teve grande êxito comercial e se alastrou por vários centros urbanos, tais como Chicago, Filadélfia, Cleveland, Detroit, Boston e Baltimore, sempre com a denominação *Tin Pan Alley*.

As partituras vendidas pelos editores, de modo geral, eram músicas compradas dos compositores com percentual de vendas ou valor fechado (o que significava perder os direitos sobre a obra), dotadas de arranjos para piano e letra (*lyrics*). As capas dessas partituras eram elaboradas por designers, para se tornarem bem atrativas, com a combinação de uma fotografia do cantor e uma ilustração alusiva ao tema da música.

A pesquisa “*Plugging Study*”, dirigida por Adorno e empiricamente realizada por Duncan MacDougald propunha, desde o começo, uma abordagem crítica ao fenômeno da popularidade de uma canção:

“O objeto deste estudo é contribuir para a informação específica e coerente

sobre o modo pelo qual a popularidade de uma canção de sucesso (*hit song*) é determinada pelas agências que controlam o negócio da música popular. O método para apurar esses fatores é o de traçar a vida de uma canção de sucesso desde a sua criação até a venda de uma cópia comercial para piano, e mostrar os passos de sua história de vida, ou seja, as forças que entram em jogo com o propósito de impor a sua aceitação. Deve-se observar aqui que a tese desenvolvida no estudo, isto é, que a produção da maioria dos sucessos é grandemente predeterminada pela e dentro da indústria, está em contraste direto com a opinião geral de *Tin Pan Alley*, aferrada à ideologia segundo a qual o sucesso das canções representa a aceitação espontânea e livre do público, por causa do mérito inerente do número. Entretanto, ver-se-á nas páginas seguintes que, no caso da maioria dos sucessos, muitos fatores além do mérito real da canção são responsáveis por sua popularidade.”²⁸

Os resultados dessa pesquisa foram apresentados por Duncan MacDougald no artigo “The Popular Music Industry”, contido na primeira publicação do projeto de Princeton. Segundo o autor, Adorno ajudou na organização teórica da pesquisa de campo e na formulação do relatório final²⁹. A principal expressão que surge nesse estudo e que, por certo, já prefigura o conceito de *indústria cultural*, é aquela que caracteriza *Tin Pan Alley* como *indústria da música popular*: “É essencial, antes de tudo, explicar o que se entende pelo termo ‘indústria’. O termo não é para ser tomado literalmente, mas metaforicamente. Qual é, afinal de contas, a base para se usá-lo?”³⁰.

Como metáfora, a expressão utilizada para a produção musical da época permitiria traçar analogias com o processo industrial e, sobretudo, com a divisão de trabalho e distribuição de seus produtos. Mas manteria algumas diferenças, e talvez em alguns aspectos, maior proximidade com a produção manufatureira que industrial. A pesquisa de campo poderia servir, então, a esse propósito.

O primeiro ponto de analogia com a indústria, é que os chamados *production numbers* eram feitos diretamente para o consumo, ou seja, eram músicas feitas sob medida para o mercado. Escrever uma música –confessavam quase todos os compositores–, equivalia a tentar escrever uma *música de sucesso*, isto é, escrever uma *mú-*

²⁸ Theodor W. ADORNO & Duncan MACDOUGALD Jr., “The Popular Music Industry: Plugging Study”, in *Lazarsfeld Collections*, ob. cit., pág. 1.

²⁹ Duncan MACDOUGALD Jr., “The Popular Music Industry”, ob. cit., pág. 65, nota 1.

³⁰ *Ibid.*, pág. 66.

sica vendável. No entanto, não havia um processo industrial estrito senso, no qual a produção em massa e o uso de máquinas estivessem necessariamente envolvidos³¹.

O segundo ponto: havia uma divisão de trabalho na composição de uma música; praticamente, a música popular tinha ao menos dois escritores: o compositor e o letrista. Além disso, a composição passava, frequentemente, por outras pessoas, como o inventor do título ou idéia da letra, o harmonizador ou arranjador, e até quem escrevia a partitura. A razão apontada na época era a deficiência ou ignorância dos músicos amadores que tinham uma idéia musical mas eram incapazes de escrevê-la ou dramatizá-la. No entanto, segundo especialistas musicais, não se tratava de ignorância dos compositores, mas de uma “tradição da Broadway”: muitos compositores provavelmente eram capazes de fazer a partitura, o arranjo e tudo o que fosse necessário para escrever uma música, embora não o fizessem por causa da maneira pela qual a indústria estava organizada.

No entanto, a divisão de trabalho, por si só, não constituía um processo industrial e foi um método familiar de produção na era manufatureira; tampouco se pode afirmar que *Tin Pan Alley* tivesse uma divisão de trabalho bem planejada e sistemática para facilitar o processo, reduzir os seus custos e operar com o máximo de capacidade³².

O terceiro ponto é o que mais aproximava a produção musical da industrial: os métodos de distribuição no negócio da música popular eram emprestados daqueles usados por qualquer indústria produzindo mercadorias que não atendiam estritamente às necessidades da vida. Esse processo era planejado, passo a passo, por um verdadeiro sistema para impor o material sobre o consumidor³³.

7. PLUGGING, PLUGGERS E O RÁDIO

O negócio da música popular, se não podia ser rigorosamente tratado como indústria, seguia planos para a popularização das canções editadas. Como garantir o sucesso de uma música e evitar o seu fracasso? Nada poderia ser deixado ao acaso e por conta da vontade espontânea do consumidor. Os grandes editores dominavam o mercado musical e muito dinheiro estava envolvido na produção e na reprodução mecânica por *sheets* de uma canção, sendo que o custo estimado para se produ-

³¹ *Ibid.*, pág. 66 s.

³² *Ibid.*, pág. 67 s.

³³ *Ibid.*, pág. 68 s.

zir um sucesso era de 5 mil a 15 mil dólares.

Entre os 60 editores da época, apenas 15 concentravam uns 90% de músicas populares que alcançavam o topo das listas das emissoras de rádio. Publicavam cerca de 2 mil músicas por ano, das quais cerca de 350 a 400 eram beneficiadas pela chamada *radio exploitation*.

As músicas eram submetidas a um editor (que, em geral, não tinha treinamento musical algum) mediante uma audição programada por dois de seus gerentes comerciais, um profissional e um geral. O editor tinha de julgar as músicas por certos padrões fixos para tentar estimar o material em termos de seu “potencial de sucesso”: (1) a linha melódica deveria ser simples e fácil de cantar e tocar; (2) a letra deveria ser romântica, original e/ou contar uma história atraente; (3) a melodia do chorus deveria ter 32 compassos. Embora os editores buscassem avidamente por uma letra “original”, eram muito céticos a respeito de qualquer apresentação melódica original e apenas as músicas de grandes e reconhecidos compositores não precisavam estar de acordo com essa padronização³⁴.

Ao aceitar uma música nova, o editor estava influenciado, consciente ou inconscientemente, por alguns fatores: (1) o sucesso notável de certo tipo de canção no passado; (2) a reputação e os sucessos passados do compositor; (3) a adaptabilidade de certas canções ao estilo de execução de alguma orquestra e vocalista.

Era frequente a objeção para não publicarem uma canção, dizendo: “Não é comercial”. Se uma canção fosse bem escrita, com uma qualidade poética ou literária, seria recusada com base no seguinte juízo: “É uma boa canção, mas não é comercial”. As poucas exceções eram com as músicas compostas, dotadas de algum grau de sofisticação, por Cole Porter, Rodgers e Hart, Harbach, Hammerstein e Jerome Kern. Quando tinham dúvidas, consultavam diretores de orquestras ou outros executantes de orquestra. Era comum devolverem canções aos compositores dizendo “Aquí está sua música de volta. Lombardo não gosta dela”.

As orquestras eram independentes das editoras e tinham seus próprios produtores, responsáveis pela colocação comercial das mesmas em salões de baile e eventualmente, celebrar contratos com as editoras de sua preferência. A orquestra de Guy Lombardo, por exemplo, tinha contrato com a editora MCA de Jules Stein, considerada muito comercial; as orquestras mais musicais preferiam as editoras Rockwell-O’Keefe, Joe Glaser, Irving Mills e outras.

Todo dono de orquestra desejava ser considerado o introdutor de canções de

³⁴ *Ibid.*, pág. 81.

sucessos e induzir o público a vê-lo como um notável fazedor de *hits*. Costumava exigir que sua fotografia aparecesse nas capas das partituras com a etiqueta “introduzido e produzido por...”, de modo que sua imagem ficasse conectada com a popularidade das músicas, aumentando a publicidade da orquestra e do vocalista. Além disso, relutava em aceitar uma música nos seus catálogos se não fossem prometidos a sua gravação em disco e um *plugging* intensivo pelo rádio.

Quanto aos vocalistas, a sua seleção das músicas privilegiava as melodias como fator mais importante; em caso negativo, rejeitavam as canções de difícil execução vocal. As letras recebiam mais consideração dos vocalistas que das orquestras, por contribuírem com mais elementos subjetivos e pessoais para marcar as suas características ou perfil junto ao público.

Os chamados *pluggers* eram homens ou mulheres contratados pelas editoras para colocar as músicas editadas no mercado; em primeiro lugar, buscando contatos com diretores de orquestras e vocalistas; e segundo, com as emissoras de rádio, para que estas funcionassem como um verdadeiro rolo compressor no processo de divulgação e venda das músicas.

Os editores sabiam que a única forma de divulgar e vender uma música nova era a de fazê-la ser tocada repetidas vezes no rádio, para romper a resistência dos ouvintes. Era o *plugging* do rádio, que consistia em tocar a nova música de três a oito vezes por dia, durante um período de oito a dez semanas, nas grandes redes que transmitiam de costa a costa no país. Enquanto isso, o editor buscava saber a quantas andavam as vendas semanais da música e a formular planos para a *drive week*. Nessa semana, o *plugging* do rádio era intensivo para que a música fosse tocada “até à morte”. Se não alcançasse sucesso durante essa semana, era tocada com um *plugging* mais leve em duas ou três semanas de *follow up*, até que saísse definitivamente do ar como um *dog*.

A vida média de uma música popular era de 12 semanas; as rítmicas gozavam popularidade de 06 a 08 semanas; as valsas e baladas, de 10 a 20 semanas. Antes do rádio, as músicas consideradas “boas de venda” tinham vida mais longa, pois seus *sheets* eram vendidos durante 08 meses. Na era do rádio, paradoxalmente, as vendas não ultrapassavam 04 meses. Essa vida curta da música popular decorreu das mudanças tecnológicas que substituíram os *entertainers* do *vaudeville*, os cantores e bandas que viajavam pelo país muito antes que as músicas alcançassem sucesso comercial.

“Embora o período de popularidade de uma canção tenha sido materialmente

encurtado, a extensão –o número de ouvintes– de sua popularidade tem sido grandemente aumentada. Em termos absolutos, o número de pessoas que ouvem e podem se lembrar de uma canção por inteiro e a popularidade de um *hit* tem sido aumentados pelo *plugging* intensivo do rádio, enquanto que em termos relativos, o oposto é verdadeiro: seu ciclo vital é muito mais curto (três meses comparados com 18 meses), as vendas das partituras diminuíram materialmente (50/75 mil comparadas com 500 mil) e o *hit* é provavelmente menos conhecido (como canção individual) que um *hit* pré-rádio”³⁵.

Outros fatores também entraram nessa modificação agenciada pelo rádio: a elevação dos preços das partituras, que custavam apenas 10 a 15 *cents* nos tempos pré-rádio e que passaram a custar 35 *cents* na era do rádio; a concorrência de outros tipos de diversão, tais como filmes e automóveis, no lugar de pianos; o longo período de depressão econômica nos Estados Unidos, que impôs diminuição de despesas orçamentárias das famílias, etc. Mas uma coisa era certa: a exploração intensa da música popular pelo rádio encurtava a sua vida.

8. REPRODUÇÃO TÉCNICA VERSUS PRODUÇÃO MUSICAL

A reprodução técnica da música de um compositor pelas casas editoras –as cópias da música– aparentemente não influenciava a sua composição, uma vez que era externa e posterior a esta.

Para Adorno, a *técnica* se define em dois níveis: primeiro, enquanto qualquer coisa determinada intra-esteticamente e segundo, enquanto desenvolvimento exterior às obras de arte; no caso da música popular de *Tin Pan Alley*, entretanto, a técnica da sua composição estava *subordinada* aos interesses comerciais de sua reprodução técnica ou mecânica – que começava com a intervenção das editoras para a sua padronização –de forma que a sua reprodução não seria um desenvolvimento exterior à sua produção, mas uma determinação nela internalizada.

A padronização não obedecia a critérios estéticos, mas comerciais, para tentar impedir riscos ao investimento financeiro e maximizar as vendas das músicas editadas. As músicas selecionadas pelos editores eram as que tinham “potencial de sucesso” e passavam a circular como mercadorias que tinham no rádio a sua mais extraordinária alavanca de vendas. A publicidade da mercadoria “música” se faz

³⁵ Theodor W. ADORNO & Duncan MACDOUGALD Jr., “The Popular Music Industry: Plugging Study”, ob. cit., pág. 6.

tocando-a repetidas vezes para milhões de pessoas, sem necessidade de outros artifícios –o *plugging* ou *rotation* da música no rádio. (Na difusão radiofônica, um *spin* é unidade de medida para medir ou induzir a popularidade de uma música; *spins per week* é a sua *rotation*, que pode ser *alta* para as músicas novas, de 20 a 50 *spins*; *média*, de 10 a 25 *spins*; ou *leve*, de 05 a 15 *spins*, quando se tornam mais conhecidas e “velhas”).

Para MacDougald, os donos das grandes casas editoras, com “suas maquinações e intrigas”, comandavam o negócio da música popular na produção, na promoção comercial das músicas editadas e na sua aceitação forçada com a ajuda da alta pressão do *plugging* radiofônico:

“O estudo de Duncan MacDougald intitulado ‘A indústria da música popular’ em *Radio Research 1941* serviu para concretizar a tese de que o gosto musical era manipulado. Foi uma contribuição inicial para se ver que aquilo que parecia imediato era de fato mediado, pois que o estudo descreveu com detalhes como as canções de sucesso eram ‘feitas’ naquela época. Com os métodos de alta pressão, propaganda, *plugging*, os mais importantes canais para a popularidade dos *hits*, as bandas musicais, eram postos a funcionar para que certas canções fossem tocadas do modo mais frequente possível, em especial pelo rádio, até que tivessem a chance de ser aceitas pelas massas através do mero poder da repetição constante. No entanto, mesmo nessa época, eu senti algumas dúvidas sobre a apresentação de MacDougald. Os fatos sobre os quais insistia pertencem pela sua própria estrutura a uma época anterior à técnica radiofônica centralizada e aos grandes monopólios nos meios de comunicação de massas.”³⁶

A pesquisa de MacDougald, no entanto, não estava explorando os mecanismos objetivos –as condições tecnológicas da reprodução– que comandavam e hoje mais que nunca, com a força dos grandes monopólios no setor musical, comandam a “popularização do popular”. Já naquela época, Adorno apontava para essa direção, ao tentar descrever como a reprodução tecnológica do rádio e suas características imanentes, funcionavam para determinar essa popularização. Embora Leppert afirme que a diferença entre os artigos de Adorno e MacDougald sobre a música popular reside no fato deste ser “mais empírico”, e aquele, “mais abstratamente teórico”,

³⁶ Theodor W. ADORNO, “Scientific Experiences of a European Scholar in America”, in *Catchwords*, New York: Columbia University Press, 1998, pág. 229.

mas ambos alcançando “idênticas conclusões”³⁷, nós não concordamos com essa avaliação. Há uma *diferença específica* notável entre ambos, se não deixarmos de lado a fisionomia adorniana do rádio e a sua teoria social do ouvinte. MacDougald realizou a pesquisa de campo que forneceu a base tanto de seu artigo quanto o de Adorno; no entanto, a indústria da música popular tal como a retratou é datada: a produção musical de *Tin Pan Alley*. Pode-se dizer o mesmo de “On Popular Music”?

8. “ON POPULAR MUSIC”: CONTROVÉRSIAS

Há pelo menos dois pontos de grande controvérsia sobre o ensaio “On Popular Music”: (1) faltou a Adorno um estudo empírico do ouvinte de música popular do rádio; (2) ele é baseado na produção musical característica de *Tin Pan Alley*, de 1938 a 1941, de modo que suas análises e críticas não podem ser universalizadas para o entendimento da música popular após esse período.

Sobre a primeira, Strinati diz que Adorno fez poucas tentativas para dar substância empírica às suas asserções críticas sobre a audição regredida do ouvinte de música popular, ou seja, não se baseou em *ouvintes reais* mas em um sujeito inferido e definido por sua teoria³⁸. Por conseguinte, suas idéias são confirmadas por suas análises, pois não há meio pelo qual possam ser contraditadas pela evidência empírica. Como saber se a sua teoria do ouvinte é correta?

Quanto à segunda, Gendron critica a noção de standardização como propriedade permanente da música popular, ou seja, ela não pode ser aplicada diacronicamente por implicar que os estilos de música popular nunca mudam. O erro de Adorno seria o de abordar a música popular do ponto de vista da música clássica ocidental e não, nos termos de suas próprias convenções: “A música clássica ocidental se centrava na melodia e na harmonia, enquanto que a música popular contemporânea se centra em timbre e conotação”³⁹. Assim, considerar que a standardização de *Tin Pan Alley* continua a subsistir ou que a música popular nunca

³⁷ Embora LEPPERT, em Th. W. Adorno: *Essays on Music*, Los Angeles: University of California Press, 2002, pág. 341.

³⁸ Dominic STRINATI, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, New York: Routledge, 1995, pág. 74.

³⁹ Bernard GENDRON, “Theodor W. Adorno Meets the Cadillacs”, in T. Modleski (ed.): *Studies on Entertainment. Critical Approaches to Mass Culture*, Indianapolis: Indiana University Press, 1986, pág. 31.

muda, é mero “essencialismo musical”.

As músicas radiofonizadas na época, tocadas pelas *big bands* com o estilo sentimental de Guy Lombardo ou com o estilo jazzístico de Tommy Dorsey,

“embora diferentes no som e no formato, funcionavam muito bem dentro do sistema de composição de canções de *Tin Pan Alley*, que dominou a música popular desde a virada do século. É bem sabido que a estrutura e o conteúdo musical das canções produzidas e divulgadas não sofreram alterações desde os vinte anos que antecederam a publicação de ‘On Popular Music’. E que grande parte das canções era, de fato, composta com trinta e dois compassos no formato AABA. A maioria dos compositores dessa época nunca se desviou dos paradigmas harmônicos em circulação, ou das fórmulas rítmicas *June-moon-spoon*, com as exceções notáveis das invenções harmônicas e letras inteligentes de Cole Porter, George Gershwin e Jerome Kern, embora suas criações não fossem suficientemente intrincadas e *avant-garde* para satisfazer Adorno.”⁴⁰

Vale a pena voltar a atenção, neste momento, às inquietações do próprio Adorno a respeito de sua investigação sobre a música popular no rádio. É sabido que ele não pode dar continuidade ao seu trabalho, porque a Fundação Rockefeller interrompeu o financiamento da seção musical do projeto de Princeton: com sua postura excessivamente crítica, ele ameaçava *to rock the boat* os negócios bem sucedidos dos donos das emissoras de rádio e dos patrocinadores das programações. Se tivesse completado o estudo, o ouvinte ou uma tipologia do ouvinte de rádio teria sido o seu foco principal, após as etapas já percorridas sobre a produção musical e a reprodução tecnológica da música no rádio. Disse, um ano antes de sua morte, que não foi bem sucedido em apresentar uma sociologia e uma psicologia social, sistematicamente executadas, da música no rádio, de modo que sua investigação ficou irremediavelmente fragmentada⁴¹.

Admitiu, durante a exposição fenomenológica das categorias do rádio e suas implicações psicossociais (uma vez que o ouvinte fazia parte do campo fenomenal do rádio), que deveria ser feita uma pesquisa de ordem empírica para sua verificação:

“Os resultados de um estudo fisiognômico estão necessariamente sujeitos a verificações quantitativas. Essa verificação, entretanto, deve pressupor uma descrição fisiognômica tão cuidadosa quanto possível. Nossa descrição pode revelar elementos inerentes ao fenômeno que um respondente sem treino dificilmente

⁴⁰ *Ibid.*, pág. 23 s.

⁴¹ Robert HULLOT-KENTOR, “Second Salvage”, *ob. cit.*, pág. 123.

observaria, mesmo tendo experiência deles. Apenas se a nossa descrição puder, por assim dizer, ‘localizá-los’ e ajudar a determinar porque as pessoas deles não tomam consciência, mesmo que tenham essas características ‘objetivas’, estaremos aptos para desenvolver métodos de controle para verificá-las.”⁴²

De certa maneira, como ponto de partida de sua descrição fisiognômica, Adorno tomou a si próprio como *sujeito* e *objeto* da investigação. Afinal de contas, ele também era um ouvinte de música pelo rádio e sua experiência, do ponto de vista fenomenológico, poderia ser considerada uma fonte de conhecimento objetivo do fenômeno subjetivo e a sua descrição, exata. No entanto, não foi avesso a buscar a verificação de sua descrição em outros ouvintes. Mas não chegou lá por contingências várias, e não por se contentar com suas hipóteses teóricas.

O cerne da crítica de Gendron, que é constante na obra de outros autores, é o de que o modelo da análise adorniana – a estandardização industrial – o levou a exagerar a sua extensão e a não perceber os limites desse mesmo modelo. Dentro de um modelo industrial, há uma distinção entre o núcleo (*core*) e a periferia do produto; um mesmo núcleo de um artefato industrial pode sofrer variações periféricas para atingir distintos consumidores. No caso da fabricação em série de automóveis, por exemplo, um Cadillac Eldorado de 1956 era provido de um “rabo de peixe” para glamorizar o produto – a variação periférica – mas o motor constituía o seu núcleo funcional. O que é característico de uma variação periférica é que ela pode ser substituída por outra, sem alteração básica do produto. Mas para o texto musical, diz Gendron, não há como fazer essa distinção, porque não há uma função claramente definida que nos capacite a distinguir entre o núcleo (o esqueleto musical) e a variação periférica (embelezamentos musicais).

“Guiado por sua tese da estandardização industrial na música popular, Adorno não via diferenças significativas entre a música de ‘swing’ e as baladas sentimentais dos fins dos anos 30, nenhum desenvolvimento significativo do ‘hot jazz’ das pequenas bandas dos anos 20 ao ‘cool jazz’ das grandes orquestras dos anos 30. Ele acreditava que realmente nada muda na música popular.”⁴³

Voltemos, novamente, a Adorno. Em primeiro lugar, a expressão “indústria musical” é metafórica. Adorno reconheceu, desde o início, as diferenças entre a produção industrial e a produção da música popular. Será que a estandardização que ele apontava na música popular era a mesma estandardização da produção industrial?

⁴² Theodor W. ADORNO, *Current of Music*, ob. cit., pág. 111.

⁴³ Bernard GENDRON, “Theodor W. Adorno Meets the Cadillacs”, ob. cit., pág. 23.

E as pseudo-individações musicais (tais como os *breaks*, o ritmo sincopado, as harmonias aparentemente dissonantes, as *blue notes*, as *dirty notes*, os improvisos que surgiam em arranjos jazzísticos, etc) poderiam ser entendidas do mesmo modo que as variações periféricas dos artefatos industriais?

Em segundo, se havia analogias fortes entre uma coisa e outra, as análises musicais de Adorno permitem acrescentar nuances diferentes à questão da música popular. Disse claramente em *Current of Music* que o único modo de justificar e avaliar as canções de sucesso seria analisá-las na base de sua própria linguagem e regras de composição, sem importar critérios estranhos à sua esfera, ou seja, da música séria⁴⁴. Exemplifica com a comparação de duas canções em voga nas emissoras da época –*The Bells of San Rachel* e *Two in Love*– do ponto de vista de suas similaridades e diferenças estruturais. Dessa análise musical, resultou a avaliação da maior qualidade da primeira em relação à segunda, pois embora a estrutura inerente da melodia de *The Bells of San Rachel* esteja associada com o badalar dos sinos, os sons destes não foram reproduzidos: o compositor transformou a *idéia* dos sinos em uma estrutura melódica por meio de uma escala incompleta (os sinos não tocam todos os tons da escala, mas apenas uma seleção repetida destes, que exclui o sétimo grau ou a sensível). A segunda, *Two in Love*, imitou a antiga música *Deep Purple*, peça instrumental para piano de qualidade notável, para adaptá-la ou normalizá-la às regras do jogo de uma música popular, subtraindo alguns elementos melódicos e harmônicos que caracterizaram essa mesma qualidade. Com esse recurso, ela apareceu como uma nova música no mercado, e não, mera cópia segundo fórmula padronizada:

“pois na música popular, o padrão estandardizado que é onipresente, permite ao compositor a realização de suas intenções essenciais somente na forma dos desvios mais discretos, enquanto o compositor sério não está preso a qualquer padrão exterior à sua própria imaginação e pode, por conseguinte, fazer de suas intenções originais o principal evento.”⁴⁵

Na música popular –o grosso da produção– as variações de estilo, de ritmo e de harmonia obedecem a uma função, no âmbito da audição: manter a estrutura básica ou a repetição da fórmula musical *fora* da percepção imediata do ouvinte, fazendo com que o idêntico lhe pareça ser não idêntico ou novo. Se os estímulos musicais o afastam da percepção consciente da repetição e alimentam a ilusão de

⁴⁴ Theodor W. ADORNO, *Current of Music*, ob. cit., págs. 479-496.

⁴⁵ *Ibid.*, pág. 482.

que está ouvindo algo novo, a estandardização e a força do *plugging*, por seu turno, cumprem outra função básica, mas no nível inconsciente de sua psicologia: a de ganhar o reconhecimento e a aceitação de algo com “ar de família”. Nesse sentido, ninguém estranha que as canções populares precisem, não por mero acaso, de refrões em intervalos regulares para fazer o seu próprio *plugging*, à maneira de repetidas batidas em uma porta, forçando a entrada nos nossos ouvidos. *That’s entertainment!*

LA BIOGRAFÍA COMO LITERATURA DE LA CULTURA DE MASAS: LOS ANÁLISIS DE LEO LÖWENTHAL SOBRE LA INDUSTRIA CULTURAL

*Biography as the Literature of Mass Culture.
Leo Löwenthal's Analysis About Culture Industry*

GREGOR-S. SCHNEIDER*
schneider83@gmx.de

Fecha de recepción: 3 de mayo de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 19 de septiembre de 2011

RESUMEN:

Quien busque en la literatura secundaria sobre la Teoría Crítica de los años treinta y cuarenta los diferentes aspectos de la industria cultural, encontrará sobre todo referencias a los trabajos de Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, particularmente al célebre capítulo “La industria cultural” en *Dialéctica de la Ilustración*, publicada en 1947. En dicho texto, la crítica de la industria cultural se centra primordialmente en el cine, la televisión y la música. Pero, ¿y la literatura? Aquí destaca un miembro menos conocido del Instituto de Investigación Social: Leo Löwenthal. Éste había indagado, ya a comienzos de los años treinta, la forma en que la literatura contemporánea aparecía en la cultura de masas. En los años treinta y cuarenta, Löwenthal escribe dos ensayos que ponen de manifiesto que la literatura biográfica debe ser entendida como parte integrante de la industria cultural. Estos textos están en estrecha relación con el capítulo sobre la industria cultural de *Dialéctica de la Ilustración*. En sus análisis de la literatura biográfica, Löwenthal evidencia los mismos rasgos de la cultura de masas que Adorno y Horkheimer habían detectado en el cine y en la música.

Palabras clave: industria cultural; cultura de masas; Löwenthal; biografías; literatura.

* Leibniz Universität Hannover

ABSTRACT:

If you browse through the secondary literature of the Critical Theory of the 30s/40s and search for the aspects of culture industry, most of the time you will be referred to the works of Max Horkheimer and Theodor W. Adorno. Especially the famous chapter “culture industry” of *Dialectic of Enlightenment*, which was published in 1947, is mentioned first. Primarily movies, TV and music is at the center of analysis in this chapter. But what is about literature? At this point a less famous member becomes important: Leo Löwenthal. Already in the beginning of the 30s he posed the question in which shape contemporary literature appears in cultural industry. During the 30s and 40s Löwenthal wrote two essays which illustrate that the biography literature is part of mass culture. These works have to correlate with the chapter “culture industry” of *Dialectic of Enlightenment*. The aspects of mass culture, which Horkheimer and Adorno detected in movies and music, these aspects were evinced by Löwenthal in the biography literature.

Key words: culture industry; mass culture; Löwenthal; biographies; literature.

Für Andrea Budlofsky und Helena Trink, als Dank

Leo Löwenthal sobre Theodor W. Adorno:

“Precisamente en el ámbito de la cultura de masas o, como Adorno la llamaba, la 'industria cultural', era donde nuestros intereses teóricos estaban más cercanos”¹.

I

El concepto de industria cultural no aparece como tal en los trabajos tempranos del Instituto de Investigación Social dirigido por Max Horkheimer; en todo caso no en su versión en lengua alemana. Solo en “Art and Mass Culture”, de 1941, habla Max Horkheimer de “*cultural industries*”², lo que sin duda habría que traducir

¹ Leo LÖWENTHAL, “Adorno und seine Kritiker”, en *Schriften 4. Judaica, Vorträge, Briefe*, Frankfurt a. M., Suhkamp, 1984, pág. 61.

² Max HORKHEIMER, “Art and Mass Culture [1941]”, en M. Horkheimer (ed.), *Zeitschrift für Sozialforschung*, 9, 1941, re-impreso en Munich, 1980, pág 303.

al alemán como *Kulturindustrie*³, en la formulación que alcanzaría la fama con *Dialéctica de la Ilustración*, publicada en 1947 y reimpresa en 1969. Sin embargo, desde que Horkheimer asumiera la dirección del Instituto en 1931, los teóricos críticos se confrontaron con fenómenos de la cultura de masas. Entre los resultados de esta confrontación no solo habría que contar el mencionado artículo de Horkheimer o los trabajos musicales de Adorno, sino también los textos de Leo Löwenthal sobre el biografismo, como “La moda biográfica” [*Die biographische Mode*], en el que analiza la literatura biográfica alemana posterior a 1918, y “*Biographies in Popular Magazines*”, un estudio sobre las biografías en las revistas estadounidenses entre 1901 y 1941.

El artículo “La moda biográfica” fue escrito en la década de 1930, pero no sería publicado en el que fuera el órgano de difusión del Instituto entre 1932 y 1941, la *Zeitschrift für Sozialforschung*. Los motivos que impidieron la publicación no fueron, en este caso, teóricos o de contenido, sino que –tal y como Löwenthal señaló en varias ocasiones– se basaron en el respeto a los autores de los textos analizados, en muchos casos exiliados judíos⁴. El texto no sería publicado hasta 1955, más de veinte años más tarde, en el volumen de homenaje a Horkheimer con motivo de su sesenta cumpleaños, *Sociológica 1*⁵. En la década de 1940, después de que la *Zeitschrift für Sozialforschung* hubiera interrumpido su actividad a consecuencia de la disminución del patrimonio del Instituto⁶, Löwenthal volvió a estudiar de nuevo las biografías. El resultado fue un análisis de la literatura biográfica estadounidense de la época, que fue publicado en “*Biographies in Popular Magazines*” en 1944⁷. Este

³ En “Résumé über Kulturindustrie”, Adorno expone los motivos de la sustitución de la expresión “cultura de masas” por “industria cultural”. La palabra “cultura de masas” podría llevar a creer erróneamente en un elemento democrático y autónomo, mientras que “industria cultural” remite exactamente a lo contrario: “La palabra 'industria cultural' parece haber sido usada por primera vez en el libro *Dialéctica de la Ilustración*, que Horkheimer y yo publicamos en Amsterdam en 1947. En nuestros borradores hablábamos de 'cultura de masas'. Sustituimos la expresión por 'industria cultural' para excluir de antemano una interpretación grata a los partidarios de su causa: que se trata de una especie de cultura que surge espontáneamente de las masas, de la figura contemporánea del arte popular. La industria cultural es algo completamente distinto” (Theodor W. ADORNO, “Résumé über Kulturindustrie”, en *Gesammelte Schriften 10.1*, Frankfurt a. M., 1997, pág. 337).

⁴ Cfr. Leo LÖWENTHAL, *Mitmachen wollte ich nie. Ein autobiographisches Gespräch mit Helmut Dubiel*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1980, pág. 186 s., “Erinnerung an Theodor W. Adorno”, *Schriften 4*, ob. cit., pág. 81 s. y pág. 86.

⁵ Cfr. Leo LÖWENTHAL, “Erinnerung an Theodor W. Adorno”, ob. cit., pág. 86.

⁶ Cfr. Martin JAY, *Dialektische Phantasie. Die Geschichte der Frankfurter Schule und des Instituts für Sozialforschung 1923-1950*, Frankfurt a. M., Fischer, 1981, pág. 203.

⁷ Cfr. Leo LÖWENTHAL, “Der Triumph der Massenidole”, en *Schriften 1. Literatur und Massenkultur*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1980, págs. 258-300. La primera publicación del texto puede encon-

artículo aparecería en Alemania en 1964 –de nuevo 20 años más tarde– con el título “El triunfo de los ídolos de masas” en su libro *Literatura y sociedad*. Entre ambos textos media un periodo de más de diez años, y sin embargo se trata de dos trabajos estrechamente relacionados. En 1942, mientras Löwenthal trabajaba en “*Biographies in Popular Magazines*”, escribiría a Horkheimer sobre las características comunes de ambos textos:

“En cierto sentido las biografías alemanas que he analizado anteriormente y estos textos americanos están estrechamente emparentados. Los primeros falsifican la historia con el hechizo de fantasmagorías de metafísica inescrutable y metapsicología; estos últimos hacen exactamente lo contrario: no se toman la historia muy en serio, sino que más bien se mofan de ella con frivolidad excesiva. Ambas formas desfiguran la utopía del concepto de ser humano que nosotros sostenemos, absolutizando la dignidad y la fortuna del individuo real, viviente y existente.”⁸

En “La moda biográfica” y “*Biographies in Popular Magazines*” Löwenthal analiza y critica la destrucción del individuo y su encubrimiento ideológico en la industria cultural de una sociedad burguesa en transición a su fase totalitaria. Detlev Clausen ha subrayado la relevancia sociológica de estos análisis: “La crítica de Löwenthal a la moda biográfica capta un mecanismo central de una sociedad en transformación en la que la cultura se convierte en cultura de masas”⁹. Estos estudios sobre las biografías representan por tanto una importante contribución al análisis de la cultura de masas de la Teoría Crítica, ya que en ellos se pone en evidencia la destrucción del individuo y su ideología a partir del análisis de este género literario. En este sentido, los análisis de Löwenthal se inscriben en el marco teórico del capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración*. Lo que Horkheimer y Adorno ponen de relieve sobre la industria cultural como un todo es elaborado por Löwenthal en el estudio de la forma literaria de la biografía. No en vano en el periodo que abarca desde la redacción de “*Biographies in Popular Magazines*” hasta *Dialéctica de la Ilustración* hay una gran consonancia entre los teóricos críticos.

trarse en “*Biographies in Popular Magazines*”, en P. F. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio Research*, Nueva York, Arno Press, 1944.

⁸ Leo LÖWENTHAL, carta a Max Horkheimer el 3.2.1942, en M. Horkheimer, *Gesammelte Schriften 17. Briefwechsel 1941-1948*, Frankfurt a. M., Fischer, 1995, pág. 260.

⁹ Detlev CLAUSSEN, “Analytiker der Erfahrungsverlust”, en F. Hager (ed.), *Geschichte denken. Ein Notizbuch für Leo Löwenthal*, Leipzig, Reclam, 1992, pág. 150.

Así lo revelan las cartas de comienzos de la década de 1940¹⁰. Por lo demás, en el resto de cartas de Horkheimer pueden encontrarse distintos comentarios sobre el texto de Löwenthal¹¹.

II

La uniformidad de los productos de la industria cultural se basa en el modo de producción de ésta. Las diferencias y particularidades son mera apariencia. Horkheimer y Adorno escribieron en el capítulo sobre la industria cultural: “El esquematismo del procedimiento puede apreciarse en el hecho de que los productos diferenciados mecánicamente se revelan en último término como lo mismo”¹². Este “esquematismo de la producción”¹³ rebasa el formato externo de los bienes de uso —ya sean cine, música, etc.— y penetra en su contenido. También en él todo queda nivelado, de modo que las diferencias y particularidades dejan de existir o se ven privadas de su función: “Los diferentes tipos de canciones de moda, estrellas, *soap-operas* no sólo se mantienen cíclicamente como rígidas invariantes, sino que de ellos se deriva el contenido específico del espectáculo, lo que aparentemente cambia. Los detalles se vuelven fungibles”¹⁴. En la transición del liberalismo tardío a la fase totalitaria, esto pasa a afectar al “esquema de la reproductibilidad mecánica”¹⁵. Nada está en manos del azar o de la libre voluntad, todo está planificado de antemano. La libertad de elección, ya de suyo extremadamente limitada, es meramente aparente, puesto que también está sometida a prescripciones y mandatos: “El catálogo explícito e implícito, esotérico y exotérico, de lo tolerado y lo prohibido, llega tan lejos que no sólo delimita el ámbito libre, sino que lo domina por completo. Conforme a él son moldeados hasta los últimos detalles”¹⁶. La producción de artículos en la cultura de masas tiene lugar siempre según los mismos patrones y

¹⁰ Cfr. Max HORKHEIMER, carta a Leo Löwenthal el 11.2.1942, en M. Horkheimer, *Gesammelte Schriften* 17, ob. cit., pág. 268 s.; Max HORKHEIMER, carta a Leo Löwenthal el 2.6.1942, en M. Jay, *Dialektische Phantasie*, ob. cit., pág. 253.

¹¹ Cfr. carta de Horkheimer a Löwenthal el 4 de octubre de 1942, en M. Jay, *Dialektische Phantasie*, ob. cit., pág. 253 s. y carta de Horkheimer a Löwenthal en 14 de octubre de 1942, en M. Horkheimer, *Gesammelte Schriften* 17, ob. cit., pág. 347 s.

¹² Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, en Th. W. Adorno: *Gesammelte Schriften* 3, Frankfurt a. M. 1977, pág. 144.

¹³ *Ibid.*, pág. 146.

¹⁴ *Ibid.*, pág. 146.

¹⁵ *Ibid.*, pág. 148 s.

¹⁶ *Ibid.*, pág. 149.

modelos. Ninguna de sus esferas puede sustraerse a este principio: “Las posibles adiciones al inventario cultural ya experimentado son demasiado especulativas. Los rígidos tipos formales, como el *sketch*, la historia corta, la película de tesis o el *Schlager* son el gusto medio del liberalismo tardío, que se ha vuelto normativo y se impone de forma amenazadora”¹⁷. La tajante prohibición de toda innovación se debe al “mal” conservadurismo de la industria cultural. En ella el procedimiento es siempre el mismo. Lo que se ha probado eficaz es conservado, porque las innovaciones implican siempre un riesgo de fracaso en la recepción del público: “Todo cuanto aparece está tan perfectamente marcado que en realidad no puede darse nada que no lleve de antemano la huella de la jerga, que no se acredite a primera vista como ya aprobado”¹⁸. Este es el punto decisivo en la transición a la fase totalitaria, lo que la distingue del liberalismo tardío. Por ello se dice en el capítulo sobre la industria cultural: “Lo siempre-igual regula también la relación con el pasado. La novedad de la cultura de masas respecto a la fase del liberalismo tardío es la exclusión de lo nuevo. La máquina da vueltas sobre el mismo lugar. Mientras que ya determina el consumo, excluye como un riesgo lo que aún no ha experimentado”¹⁹.

Leo Löwenthal investigó los patrones de la industria cultural en la literatura, y los ubicó en las biografías. En 1942, al hilo de su trabajo “*Biographies in Popular Magazines*”, había escrito a Horkheimer que “las biografías no eran sino un segmento más de la cultura de masas moderna”²⁰. Ya en los años treinta, mientras se perfilaba el paso del liberalismo tardío a la fase totalitaria, Löwenthal había comenzado a preguntarse cómo afectaba a la literatura su deformación en la cultura de masas. Así justifica el motivo que le llevó a escribir *La moda biográfica*: “Por una parte fue el interés en el género; me preguntaba en qué forma literaria se presenta la literatura popular”²¹. Un primer argumento para el estudio de las biografías era la atención masiva que habían recibido en los comienzos de la era de entreguerras. Tras la Primera Guerra Mundial, la biografía pasa a ser un género con una fuerte demanda en Alemania. Löwenthal lo señala ya al principio de *La moda biográfica*: “En los años que siguen a la Primera Guerra Mundial, la biografía [...] se ha afirmado fren-

¹⁷ *Ibid.*, pág. 156.

¹⁸ *Ibid.*, pág. 149.

¹⁹ *Ibid.*, pág. 156.

²⁰ Carta de Löwenthal a Horkheimer el 3 de febrero de 1942, en M. Horkheimer, *Gesammelte Schriften* 17, ob. cit., pág. 260.

²¹ Leo LÖWENTHAL, *Mitmachen wollte ich nie*, ob. cit., pág. 185.

te a los géneros tradicionales de la literatura de entretenimiento como artículo culto para el consumo literario de masas”²². Pero las biografías remiten ya en su propia forma a los esquemas de la industria cultural, tal y como los describieran Horkheimer y Adorno. Si bien parece que la forma de la biografía querría centrarse especialmente en las diferencias –al fin y al cabo su tema es la vida del individuo–, lo que ocurre es exactamente lo contrario. En las biografías no hay huella alguna de diferencia genuina, sino solo el carácter de lo fungible. De ahí que Löwenthal compare las biografías con el inventario de los centros comerciales, que espera encontrar de alguna manera –casi siempre a través de manipulación y violencia– un comprador:

“En estos sótanos se encuentra todo a la vez; el principio que une a las mercancías en este lugar es la necesidad de una venta rápida, según un consumo masivo, violento y forzado. La biografía es el almacén de todos los bienes culturales corrientes; éstos ya no son nuevos, ya no son como fueron originalmente concebidos, y por ello tampoco es tan importante si hay más de una cosa y relativamente poco de otra.”²³

En su entrevista con Hemit Dubiel, Löwenthal describe la conformidad y el carácter intercambiable de las tramas de las biografías, que coincide con lo que Horkheimer y Adorno habían revelado en todos los sectores de la industria cultural: “Lo que los fabricantes de biografías escribían sobre Hindenburg y sobre Jesucristo no difería demasiado. Ya sabes que he recopilado con gusto algunos catálogos sobre esto. Estas biografías llevaban a cabo un encantamiento de los datos históricos, presentándolos en un catálogo de mercancías en liquidación total”²⁴. Los contenidos que se elogian por su carácter exclusivo son completamente intercambiables, porque son completamente iguales entre sí. De hecho, los contenidos de la biografía se alimentan de una serie de elementos preestablecidos perfectamente previsible: “Los temas preferentes de la biografía popular son la política, el poder y la tipología del líder”²⁵. El carácter relativista de la biografía se manifiesta en la cantidad de temas superfluos, fungibles e intercambiables. Todo y todos tienen su parte en ella; en último término resulta irrelevante de quién se trata:

²² Leo LÖWENTHAL, “Die biographische Mode”, ob. cit., pág. 231; cfr. también Leo LÖWENTHAL, “Literatursoziologie mi Rückblick”, en *Schriften 4*, ob. cit., pág. 102.

²³ Leo LÖWENTHAL, “Die biographische Mode” ob. cit., pág. 231.

²⁴ Leo LÖWENTHAL, *Mitmachen wollte ich nie*, ob. cit., pág. 186.

²⁵ Leo LÖWENTHAL, “Die biographische Mode”, ob. cit., pág. 244 s.

“[...] la biografía moderna escoge indiscriminadamente, porque carece de orientación. Al igual que sus mitos de interés general son enormemente variados, también su modo de servirse del depósito de vidas humanas del pasado es completamente arbitrario. Como si cualquiera bastara para justificar la consistencia del individuo en la que ya nadie cree: comandantes en declive, poetas, jefes de policía, monarcas, compositores, descubridores o fundadores de religiones, todos ellos en una gran cazuela de la que se extrae a uno u otro, según el azar o la coyuntura. La historia y su contenido se convierten en motivo de palabrería sobre la historia universal; su signo es el relativismo de un estrato social que no toma nada en serio y al que ya nadie toma en serio.”²⁶

También la prohibición de lo nuevo en la industria cultural, señalada en la *Dialéctica de la Ilustración*, está vigente en las biografías. Löwenthal escribe en su segundo ensayo: “En nuestras biografías el horizonte no se amplía hasta la esfera de lo desconocido, sino que es regulado con figuras de un mundo que conocemos. [...] Las biografías se limitan a repetir lo que siempre hemos sabido”²⁷. Las biografías son parte de la cultura de masas. Horkheimer y Adorno remiten explícitamente a ello cuando desvelan el “carácter de montaje de la industria cultural, la fabricación sintética y planificada de sus productos”²⁸, que les es inherente “como en la producción fabril, no solo en el estudio cinematográfico, sino virtualmente también en la compilación de biografías baratas, reportajes novelados y canciones de moda”²⁹.

Para que las biografías uniformes puedan ser, pese a todo, vendidas, se las presenta con la etiqueta de lo exclusivo. Aparecen envueltas en la apariencia de lo único y singular, que sin embargo se disuelve si se las analiza minuciosamente. Entonces sale a la luz la conformidad acicalada de la industria cultural: “con una precisión casi estadística se compilan una y otra vez los mismos elementos, prácticamente con la misma presentación. Desde fuera, por supuesto, todo parece distinto. Las biografías se presentan como si fueran en el mundo espiritual lo mismo que las tiendas especializadas para ricos —exclusivas y caras— representan en el mundo de los bienes de consumo materiales”³⁰. En este pasaje de *La moda biográfica*, Löwenthal pone en evidencia una característica presente en todos los productos de la cul-

²⁶ *Ibid.*, pág. 244 s.

²⁷ Leo LÖWENTHAL, “Der Triumph der Massenidole”, *ob. cit.*, pág. 295.

²⁸ Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, *ob. cit.*, pág. 187.

²⁹ *Ibid.*, pág. 187.

³⁰ Leo LÖWENTHAL, “Die biographische Mode”, *ob. cit.*, pág. 231.

tura de masas: “la identidad, apenas disimulada, de todos los artículos de la industria cultural”³¹, como escribieran Horkheimer y Adorno en la *Dialéctica de la Ilustración*.

III

En “*Biographies in Popular Magazines*”, Löwenthal explica el efecto de las biografías sobre sus lectores. Lo que atrae a éstos es la esperanza de esclarecimiento y soluciones: “Para el lector medio [...] las biografías parecen dar pie a una comprensión de los secretos individuales o sociales de la historia”³². Esta literatura promete por tanto una explicación de la vida, una exposición de las relaciones objetivas y reales entre presente y pasado. Sin embargo no cumple su promesa: “Pero todo es una ilusión. Porque ni las vidas individuales que contempla son representativas del decirso histórico ni las presenta de modo que permitan alcanzar una comprensión de los procesos sociales”³³. Las biografías no reflejan en absoluto las relaciones sociales reales, sino que más bien ofrecen un falso reflejo de la vida: “Cuando se contempla la sociedad únicamente desde la perspectiva de la vida íntima de unas pocas personas, inevitablemente se ofrece una imagen deformada de la misma”³⁴. Lo que Löwenthal observa aquí a propósito de la literatura de la cultura de masas –es decir, la promesa de realidad de la industria cultural– sería descrito por Horkheimer y Adorno, de modo más o menos simultáneo, a propósito del cine:

“El mundo entero debe pasar por el filtro de la industria cultural. La vieja experiencia del espectador de cine que percibe la calle como continuación del espectáculo que acaba de contemplar, porque este mismo pretende reproducir el mundo de la percepción cotidiana, se ha convertido en norma de la producción. Cuanto más perfectamente y sin huecos logran sus técnicas duplicar los objetos empíricos, tanto más fácil resulta hoy creer la ilusión de que el mundo exterior sea mera prolongación del espectáculo.”³⁵

En la industria cultural, las biografías son la encarnación de la individualidad. En ellas el individuo aparece bajo el signo de lo superlativo, de lo único, de lo que nunca había existido antes. La literatura biográfica contiene un “himno a la indivi-

³¹ Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 145.

³² Leo LÖWENTHAL, “Der Triumph der Massenidole”, ob. cit., pág. 294.

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*, pág. 278.

³⁵ Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 147.

dualidad” en el que cobra expresión la necesidad de autonomía y la aspiración a un carácter único; es decir, la necesidad de una individualidad que ya no es posible en las relaciones sociales predominantes:

“Del mismo modo que las frases generales –a las que uno se lanza con decisión– producen el temor de haber vivido en vano, incluso de no poseer realmente una existencia si no hay nada vinculante a lo que atenerse, la veneración del carácter único y extraordinario de la individualidad proviene del temor de no ser más que polvo que se esfuma. Este himno a lo individual es un espejo de la mera apariencia, refleja el desesperado esfuerzo por ver confirmado el deseo de autonomía y continuidad –de personalidad– que lo universal pone en cuestión una y otra vez.”³⁶

Significativamente, la estilización de la supuesta individualidad propia las biografías acaba por destruir toda individualidad. Parece paradójico, pero desde un punto de vista ideológico resulta perfectamente consecuente que esto ocurra en el género literario de la biografía, que según su propio nombre querría destacar al individuo; como Löwenthal explicita más adelante:

“Las biografías me parecen un género especialmente significativo, en la medida en que retoman la apariencia de individualidad y al mismo tiempo la destruyen de nuevo. Por una parte, las biografías populares alemanas describen a sus héroes como si éstos llevaran a cabo algo completamente irrepitible, les presentan con superlativos inauditos, pero al mismo tiempo les reducen al denominador común del hombre corriente.”³⁷

El éxito de las biografías como mitificación de lo individual se basa en la necesidad de individualidad, que ya no puede materializarse de ese modo, porque la realidad social no lo permite. La burguesía recurre a la literatura biográfica porque ésta remite a una individualidad aparente, que le permite mantener en vida la esperanza de desarrollar la propia individualidad, o bien le posibilita vivir a través del relato biográfico los deseos cuyo cumplimiento ya no es posible en la realidad. Este intento de producción de individualidad es contradictorio en sí mismo y, en consecuencia, está condenado al fracaso: porque el individuo como particular se convierte en un bien general del que puede apropiarse cualquiera. De este modo el individuo pierde todo fundamento en la biografía, porque todos –y por tanto una masa– son individuos:

³⁶ Leo LÖWENTHAL, “Der Triumph der Massenidole”, ob. cit., pág. 245.

³⁷ Leo LÖWENTHAL, *Mitmachenwollte ich nie*, ob. cit., pág. 186.

“El carácter aparente de este reino de la libertad se revela pronto. El superlativo que las biografías tienen como bandera resulta ridículo. Todo cuanto cae en manos del biógrafo, ya sean personas u otro material de trabajo, se convierte en un coloso artificial. Es como hojear un catálogo de un negocio de venta por correo, concebido para grandes ventas. Lo que uno hace de sí mismo, lo que podría ser de una persona, el desarrollo de sus potencialidades, la felicidad característica a la que podrían llevar sus deseos, sus características humanas se convierten en una etiqueta, en una peculiaridad comercial y protegida por patente, que por tanto ya no es peculiar en absoluto, porque sucede con todo y con todos.”³⁸

En el fondo todas las biografías son iguales, y sin embargo cada una es alabada como algo único, como expresión de individualidad real en forma de la vida de una “personalidad”:

“La oscuridad del destino personal no se esclarece lo más mínimo cuando se la administran atributos de sentido arbitrarios e intercambiables. Su carácter fortuito queda al margen porque aparece como necesidad en el caso del héroe histórico. Ocurre siempre lo mismo: cuando se habla de individualidad, parece florecer el reino de la libertad, y en realidad se trata de un artículo de masas. Estos artículos son seres humanos que ya no pueden determinar nada.”³⁹

En sus trabajos sobre la literatura biográfica, Löwenthal analiza un aspecto decisivo de la sociedad burguesa en su transición a la fase totalitaria. En el paso del liberalismo tardío al mundo totalitario, las biografías testifican la destrucción del individuo. Las circunstancias sociales que inhiben al individuo son encubiertas y sustituidas por datos estadísticos. Pese a su aclamación del héroe, las biografías llevan a cabo una reducción del individuo a mero apéndice de un relato. Por ello escribe Löwenthal en “La moda biográfica”:

“en cierto modo, el individuo es sólo un elemento tipográfico, un título que se abre camino a través de la narración del libro, un mero motivo para reunir de forma agraciada un material determinado. Pese a lo que las biografías puedan proclamar sobre sus héroes —como se mostrará—, éstos ya no son tales: no tienen destino, son meras funciones de la narración.”⁴⁰

³⁸ Leo LÖWENTHAL, “Die biographische Mode”, ob. cit., pág. 244.

³⁹ *Ibid.*, pág. 252.

⁴⁰ *Ibid.*, pág. 233.

Estas observaciones de Löwenthal sobre la apariencia de la individualidad en su primer trabajo sobre las biografías coinciden con lo expuesto en el capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración*, escrito casi diez años más tarde:

“Lo ilusorio del individuo en la industria cultural no se debe sólo a la estandarización de su modo de producción. El individuo solo es tolerado si su identidad sin reservas con lo universal está fuera de toda duda. La pseudoindividualidad domina por doquier, desde la improvisación estandarizada en el jazz hasta la original personalidad cinematográfica, que, para ser reconocida como tal, se coloca un rizo delante del ojo.”⁴¹

Pero los paralelismos no quedan aquí; de modo análogo a Löwenthal, Horkheimer y Adorno ponen de manifiesto las consecuencias de la estilización de una falsa individualidad en la industria cultural. Ésta desemboca en la destrucción de toda individualidad:

“La semejanza perfecta es la diferencia absoluta. La identidad de la especie prohíbe la de los casos individuales. La industria cultural ha realizado de forma perversa al hombre como ser genérico. Cada uno es tan solo aquello en virtud de lo cual puede sustituir a cualquier otro: algo fungible, un ejemplar. Él mismo, como individuo, es absolutamente sustituible, una pura nada, y eso es precisamente lo que siente cuando, con el tiempo, se ve privado de la semejanza.”⁴²

La función social de las biografías se alimenta de este carácter doble, como ideología de la individualidad y destrucción de la misma; ésta desvía a los hombres de la situación social real y les dirige a un mundo construido, que solo sirve para encubrir la realidad y de este modo estabilizarla: “Esta *coincidentia oppositorum* [en los héroes de las biografías], que por una parte les presenta como personajes únicos y por otra como iguales que nosotros, narcotiza la conciencia histórica y política de los seres humanos. El carácter repetitivo de esta literatura tiene un carácter encubridor”⁴³. Las biografías son parte del arsenal de la industria cultural en la transición al mundo totalitario porque producen una conciencia deformada de las relaciones sociales. Las biografías no pueden dar lugar a una teoría de la sociedad, es decir, a una imagen de la sociedad que se corresponda con las circunstancias reales y objetivas. En ellas no se reflejan en absoluto las condiciones reales, sino una grotesca distorsión de las mismas. Por ello, como Löwenthal afirma al inicio de “La

⁴¹ Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 177.

⁴² *Ibid.*, pág. 168.

⁴³ Leo LÖWENTHAL, *Mitmachenwollte ich nie*, ob. cit., pág. 186.

moda biográfica”, el análisis de la cultura de masas debe “poner de manifiesto de qué modo la arbitrariedad y la protesta destruyen toda pretensión de teoría, porque en último término esta literatura no es sino una caricatura de la teoría”⁴⁴.

IV

“La moda biográfica” y “*Biographies in Popular Magazines*” son solo una parte de las investigaciones de Löwenthal sobre la industria cultural. En otros trabajos, Löwenthal pondría de relieve distintos elementos de la cultura de masas y desarrollaría métodos de análisis. Ya en 1934, después de que el Instituto de Investigación Social hubiera huído a los Estados Unidos, aparece un análisis de la recepción de los escritos de Dostoyevski en la *Zeitschrift für Sozialforschung*. En este texto, Löwenthal se aproxima a la ideología de la burguesía media alemana antes de la Primera Guerra Mundial, explicando las reacciones a las obras de Dostoyevski en clave de psicología social⁴⁵. En 1937 pondría de manifiesto hasta qué punto los textos del escritor noruego Knut Hamsun estaban impregnados de ideología totalitaria⁴⁶.

Dos años más tarde, en una reseña en la *Zeitschrift für Sozialforschung*, Löwenthal continúa desarrollando su acercamiento crítico a los fenómenos de la industria cultural; se trata de una reseña del *International Who's Who* de 1937, una especie de guía de referencia de personajes célebres a escala mundial publicada anualmente. La apariencia de individualidad de la industria cultural, que ya había desvelado en las biografías, puede encontrarse de nuevo en el procedimiento de reproducción, y resulta especialmente patente en el exorbitante uso de nombres y apellidos de personajes famosos⁴⁷. Este uso inflacionario está al servicio de la ideología de la individualidad, y el énfasis en la esfera privada prosigue el proceso de destrucción de la individualidad. Lo que Löwenthal expone en esta reseña sobre la función social de los nombres en la cultura de masas de la época post-liberal del siglo XX aparece también en el capítulo de la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración*. Como Löwenthal hiciera unos años antes, Horkheimer y Adorno remiten en 1944 al

⁴⁴ Leo LÖWENTHAL, “Die biographische Mode”, ob. cit., pág. 232.

⁴⁵ Cfr. Leo LÖWENTHAL, “Die Auffassung Dostojewskis mi Vorkriegsdeutschland”, en M. Horkheimer (ed.), *Zeitschrift für Sozialforschung*, 3, 1934, Munich 1980, págs. 343-382.

⁴⁶ Cfr. Leo LÖWENTHAL, “Knut Hamsun. Zur Vorgeschichte der autoritären Ideologie”, en M. Horkheimer (ed.), *Zeitschrift für Sozialforschung*, 6, 1937, Munich 1980, págs. 295-345.

⁴⁷ Leo LÖWENTHAL, “International Who's Who 1937”, en M. Horkheimer (ed.): *Zeitschrift für Sozialforschung*, 8, 1939-40, Munich 1980, págs. 262-265.

carácter publicitario y la falsa cercanía, que lleva a una “transformación química” de los nombres⁴⁸. Por su parte, también en la correspondencia pueden encontrarse puntos de coincidencia. Por ejemplo en un pasaje de un escrito de Löwenthal a Horkheimer, en el que critica exactamente la representación de lo sexual y lo erótico en la industria cultural que más tarde Horkheimer y Adorno describirían en el capítulo de la industria cultural como ritual de Tántalo⁴⁹.

El rastro de los trabajos de Leo Löwenthal sobre la industria cultural tiene un largo recorrido. El concepto de “psicoanálisis invertido”, que describe la técnica psicológica con la que se impone la industria cultural, procede de Löwenthal⁵⁰. Adorno lo utilizaría en distintos contextos; por ejemplo en “Televisión como ideología” y en *Disonancias*, pero también en el capítulo sobre la ideología en los *Excursos sociológicos*⁵¹, que fueron publicados en un momento en que Leo Löwenthal ya no estaba activamente vinculado al Instituto de Investigación Social que había re-emigrado a una Alemania post-nacionalsocialista.

Traducción del alemán: Jordi Maiso

⁴⁸ Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 188 s.

⁴⁹ Cfr. Leo LÖWENTHAL: carta a Horkheimer el 22.10.1942, en M. Horkheimer: *Gesammelte Schriften*, vol. 17, ob. cit., pág. 359; cfr. Max HORKHEIMER, y Theodor W. ADORNO: *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., pág. 162; cfr. también Martin JAY: *Dialektische Phantasie*, ob. cit., pág. 254 s.

⁵⁰ Cfr. Leo LÖWENTHAL, “Adorno und seine Kritiker”, ob. cit., pág. 61; cfr. también Detlev CLAUSEN, “Umgekehrte Psychoanalyse – Leo Löwenthals Beitrag zu einer analytischen Sozialpsychologie”, en Institut für Sozialforschung (ed.), *Mitteilungen*, 3, 1993. pág. 30.

⁵¹ Theodor W. ADORNO, “Fernsehen als Ideologie”, en *Gesammelte Schriften 10.2*, Frankfurt a. M., 1997, pág 528; *Dissonanzen. Musik in der verwalteten Welt*, en *Gesammelte Schriften 14*, pág 110 y INSTITUT FÜR SOZIALFORSCHUNG (ed.), *Soziologische Exkurse. Nach Vorträgen und Diskussionen*, Frankfurt a. M. 1991, pág 177.

PENSAR LA LITERATURA POLICIAL: SIEGFRIED KRACAUER, WALTER BENJAMIN, ERNST BLOCH, EL GÉNERO Y LA DISOLUCIÓN DE LOS VÍNCULOS COMUNITARIOS

*Thinking About Detective Stories: Siegfried Kracauer, Walter Benjamin,
Ernst Bloch, Detective Genre and the Dissolution of Communal Relationships*

ROMÁN SETTON*
rsetton@hotmail.com

Fecha de recepción: 16 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 28 de noviembre de 2011

RESUMEN

Este ensayo analiza las reflexiones de Benjamin, Bloch y Kracauer sobre la novela policial y sus vínculos con nuevos modos de vida y de socialización, que incluían –según estos autores– el desconocimiento del prójimo, la pérdida de la relación del hombre con la trascendencia, la escisión entre el sujeto privado y su vida pública, etc. Intentamos demostrar que ellos analizaron distintas características del género a la luz de la disolución de los vínculos comunitarios y las determinaciones sociales surgidas a fines del siglo xviii y comienzos del xix. A partir de ello, indicamos cuáles han sido las contribuciones respectivas al estudio del género, postulamos una superación en Bloch de las perspectivas de Benjamin y Kracauer, e indicamos en qué medida la evolución de la literatura policial sigue dando cuenta de conflictos existentes, relacionados con la representación de la ley y su aplicación sobre los cuerpos. Asimismo, mostramos cómo –de acuerdo con la tesis de Richard Hoggart– la transformación del género en un producto masivo le quita parte de su fuerza crítica.

Palabras clave: Benjamin; Bloch; Kracauer; literatura policial; vida moderna; ciudad; ley.

* Universidad de Buenos Aires.

ABSTRACT

This essay analyzes Benjamin's, Bloch's and Kracauer's reflections on detective literature and its relationship with new forms of life and socialization, which include, according to these authors, anonymity of one's neighbour, the rupture of the connection between human being and transcendence, the split between private and public life, etc. I try to show that these authors analyze many characteristics of this literary genre in the light of dissolution of communal life and the new social determinations which came up at the end of 18th century and beginning of the 19th century. I attempt to make visible the authors' contributions to the study of this genre and to show that Bloch's view of detective novel synthesizes and goes beyond Benjamin's and Kracauer's contributions. Last but not least, I suggest how the evolution of detective literature continues expressing existing conflicts, related to the representation of law and its application on the bodies. Furthermore, I show how, according to the thesis of Richard Hoggart, the transformation of this literary genre in a mass product takes away some of its critical power.

Key words: Benjamin; Bloch; Kracauer; Detective Literature; Modern Life; Law.

Casi resulta superfluo indicar que estos pensadores abordaron, en diferente medida, el desarrollo de la novela policial. Este género, ligado al surgimiento de la gran ciudad y a un nuevo modo de vida, representaba para ellos una síntesis de las relaciones societarias modernas. Kracauer y Bloch dedicaron escritos específicos al tema (*Der Detektiv-Roman: Ein philosophischer Traktat*, finalizado en 1925 y publicado de manera póstuma en 1971; "Philosophische Ansicht des Detektivromans", de 1965, con una versión previa de 1960¹). Benjamin, en cambio, nunca abordó el género detalladamente ("Kriminalromane, auf Reisen", de 1930², no puede ser considerado, en modo alguno, un texto dedicado a la literatura policial), pero recurre en múltiples ocasiones a textos o características del género para realizar cotejos con –o ejemplificaciones de– las relaciones modernas en la gran ciudad.

El desconocimiento del prójimo, la pérdida de la relación del hombre con la trascendencia, la escisión entre el sujeto privado y su vida pública son algunos de

¹ La primera versión del texto lleva por título, "Die Form der Detektivgeschichte und die Philosophie. Ein Vortrag", y fue publicada en *Die Neue Rundschau*, 1969, fascículo 4, Frankfurt a. M., págs. 665-683. Aquí seguimos la versión definitiva de 1965.

² Walter BENJAMIN, "Kriminalromane, auf Reisen", *Gesammelte Schriften IV-1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1991, págs. 381-383.

los temas que estos autores han vinculado con la vida moderna y con la desaparición de los vínculos comunitarios, condiciones que –desde la perspectiva de estos pensadores– hacen posible la aparición del género policial. En este trabajo intentaremos, partiendo de estas consideraciones generales, demostrar cómo ellos vincularon distintas características del género con las nuevas condiciones de vida surgidas hacia fines del siglo XVIII y comienzos del XIX. A partir de ello, indicaremos cuáles han sido las contribuciones respectivas al estudio de los vínculos entre la literatura policial y la sociedad del capitalismo avanzado en que se desarrolla el género. En los tres casos, reconstruimos para ello las tesis fundamentales de sus reflexiones sobre el policial (con mayor detalle en el caso de Benjamin, ya que éstas se encuentran completamente dispersas en sus escritos); asimismo, a partir de estas consideraciones, buscamos resaltar en qué medida la evolución del género –y de sus distintos subgéneros (fundamentalmente la novela-problema y la serie negra)– sigue dando cuenta de conflictos existentes vinculados a la representación de los relaciones entre la ley y la aplicación de ésta sobre los cuerpos.

I

Siegfried Kracauer ha visto en la novela policial la cifra de la vida moderna, en que se ha roto la relación con la esfera trascendente. La ruptura de la comunicación con Dios tiene su correlato en la tierra en la incomunicación con el prójimo. Si la iglesia era el lugar en que los creyentes reunidos se comunicaban con Dios y se dirigían a Dios, el vestíbulo del hotel, escenario privilegiado de la acción en las novelas policiales, se presenta como aquel espacio en que cada uno se encuentra de paso, no se dirige a nadie ni se comunica con nadie. Así, la sociedad civilizada construida hasta la culminación da testimonio de su no-existencia de modo similar a la iglesia, que da testimonio de aquellos que están unidos en realidad³.

El hecho de que Kracauer niegue toda entidad ontológico-real a la sociedad “civilizada”, aquella en que se desarrolla la novela policial, puede ser corroborado también a partir de las variaciones introducidas en el texto: de allí que Kracauer suplante el sintagma *einer entwirklichten Gesellschaft* por el de *der zivilisierte Gesellschaft*⁴.

³ Siegfried KRACAUER, *Der Detektiv-Roman. Eine Deutung*, en *Weke 1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2006, pág. 130.

⁴ Inka MULDER-BACH y Ingrid BELKE, “Varianten”, en S. Kracauer: *Werke 1*, ob. cit., pág. 314.

Una vida despojada de realidad⁵ en una sociedad carente de realidad es –para él– la condición de posibilidad de la novela policial. En las selecciones léxicas de Kracauer se advierte que la aparición del género tiene –desde su perspectiva– estrechos vínculos con la completa disolución de las relaciones comunitarias y su reemplazo por las relaciones societarias, momento vinculado en el ámbito de habla alemana con el pasaje de la *Kultur* a la *Zivilisation*. Dentro de este marco de incomunicación en que cada uno es un extranjero para su prójimo, solamente el detective es capaz de ver las relaciones y las conexiones *reales y verdaderas*, que se esconden bajo la superficie opaca que la novela policial propone para ser descifrada. Kracauer se opone así a las consideraciones más frecuentes sobre el género, que resaltan el carácter democrático del enigma del policial⁶, la posibilidad de que todo lector logre descubrir los pormenores del crimen a partir de un manejo *fair* de la información por parte del autor. En contraste con el presunto carácter democrático del policial y, en consecuencia, con el vínculo postulado entre el género y un modo de conocimiento que también se pretende democrático, la opacidad de la civilización es –según Kracauer– tan impenetrable que sólo alguien externo a esta sociedad es capaz de descubrir las relaciones ocultas bajo la superficie opaca. De allí su indicación de la exterioridad del detective respecto de los sucesos en cuestión. A diferencia del héroe tradicional de la novela, el detective ya no es aquí un personaje en el sentido estricto, sino meramente el “representante de la razón”, y se pasea flotando entre las figuras en el espacio vacío, indiferente él mismo a las circunstancias de los asuntos legales⁷.

Sin embargo, este énfasis en la razón en tanto facultad capaz de desentrañar el misterio de la vida moderna no busca en modo alguno indicar el predominio de tal facultad. Por el contrario, se pretende exhibir la completa discordancia entre la esquemática explicación de la razón, por un lado, y los profundos y complejos vínculos existentes en la realidad, por el otro. Es en este sentido que Kracauer ha comparado la novela policial –que aísla un enigma que ha de ser resuelto por el detective y ofrece una solución conciliadora– con los sistemas de la filosofía idealista,

⁵ Ibid., pág. 117.

⁶ Cfr. Howard HAYCRAFT, *Murder for Pleasure. The Life and Times of the Detective Story*, Londres: Peter Davies, 1942, pág. 317.

⁷ Siegfried KRACAUER, *Der Detektiv-Roman*, ob. cit., pág. 141.

que dejan de lado la realidad y hallan su respuesta a la pregunta por el ser y una explicación de la totalidad en sus propios principios universales⁸.

En consonancia con una vida y una sociedad carentes de realidad, un género que carece de realidad (artística)⁹ y una filosofía que prescinde de la realidad.

II

Desde la perspectiva de Benjamin, la gran ciudad es sin duda la condición necesaria para el surgimiento de la literatura detectivesca. El nuevo modo de vida de la metrópolis es la posibilidad del surgimiento de la masa anónima, que se constituye como asilo del criminal y, por lo tanto, hace factible la aparición de los aspectos amenazadores e inquietantes de la vida moderna (urbana). Tal como Benjamin lo sugiere, esta literatura es indisociable de las pseudociencias surgidas en el siglo XVIII: la fisiognomía (Johann Caspar Lavater) y la frenología (Franz Joseph Gall)¹⁰. En sintonía con esto, indica el gran significado ulterior del surgimiento de esta literatura, en contraste con el brevísimo futuro que habrían de tener estas ciencias.

“Por el contrario, a la literatura que se ha atenido al lado inquietante y amenazador de la vida urbana le estaba destinado un futuro promisorio. [...] Es casi imposible —escribe un agente secreto parisino en 1798— mantener una buena forma de vida dentro de una población que habita una zona densamente concentrada, en donde, por así decir, cada cual es un desconocido para todos los demás, y por lo tanto no tiene necesidad de ruborizarse delante de nadie. Aquí la masa se presenta como el asilo que protege a los inadaptados sociales de sus perseguidores. Entre los lados amenazantes de esta nueva vida, esta masa se ha anunciado en el momento más preciso. Ella está en el origen de la narrativa policial.”¹¹

Probablemente estos dos hechos no estén del todo desvinculados (sobre este punto volvemos más adelante). Por el momento, queríamos señalar que este aspecto —gran ciudad, multitud como asilo del delincuente, etc.— parece necesario

⁸ Ibid., págs. 206-209.

⁹ “Sin ser una obra de arte, la novela policial muestra, a una sociedad des-realizada, su propio rostro, de manera más pura de lo jamás había sido capaz de verlo” (Siegfried KRACAUER, *Der Detektiv-Roman*, ob. cit., pág. 118). En caso de que no se indique lo contrario, todas las traducciones son nuestras.

¹⁰ Walter BENJAMIN, “Das Paris des Seconde Empire bei Baudelaire”, *Gesammelte Schriften 1-2*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1991, pág. 542.

¹¹ Ibid.

para que surja la materia que habrá de tomar la literatura detectivesca, pero de ningún modo para la forma del policial tal como lo conocemos: como un género de enigma en que los efectos de los sucesos se narran antes que sus causas y en el que, por lo tanto, se construyen paralelamente la historia del crimen y la de la reconstrucción y el descubrimiento de la historia del crimen.

Roger Caillois ha indicado que la diferencia entre el relato de aventuras y la novela policial reside fundamentalmente en el orden de los acontecimientos de la trama. En la primera, la narración sigue el orden de los acontecimientos; mientras la narración de la novela policial invierte la cronología, como si fuera una película proyectada al revés¹². Según esta consideración, basta invertir el orden en la narración de los hechos para pasar de un género a otro. El anonimato nos ofrece tan sólo la posibilidad de que surja esa materia misteriosa que puede ser común a la novela de aventuras y a la novela policial. La calle de la metrópolis, esto es, el espacio público, se presenta entonces como el espacio capaz de esconder al crimen y al criminal: “El contenido social original de la narrativa novela policial es el desvanecimiento de las huellas del individuo en la multitud de una gran ciudad”¹³. Pero no es en modo alguno la condición de posibilidad del descubrimiento. (De existir detectives con los “superpoderes” del narrador de “The Man of the Crowd”, el género perdería todo su atractivo y su sentido¹⁴.) Junto al surgimiento del anonimato y, por lo tanto, de la historia del crimen –y del criminal– anónimo, es el espacio privado –en cambio–, el interior, aquello que permite que emerja la historia de la reconstrucción de esa *historia de crímenes*, esto es, la historia del detective, de aquel que percibe en el mobiliario las huellas dejadas por ese hombre de la multitud. El vínculo estrecho entre la reconstrucción detectivesca y el modo de vida del individuo particular en la sociedad moderna parece haber sido profundamente conocido por Benjamin.

“El interior no es sólo el universo, sino también el estuche del hombre privado. Habitar es dejar huellas. En el interior estas huellas se acentúan. El hombre idea cubiertas y fundas, recipientes y estuches en abundancia, en los que se imprimen las huellas de los objetos cotidianos y de uso corriente. Incluso las huellas del habitante se imprimen en el interior. La “Filosofía del mobiliario”, así como sus novelas de detectives, prueban que Poe fue el primer fisonomista del inte-

¹² Roger CAILLOIS, *Le roman policier ou comment l'intelligence se retire du monde pour se consacrer a ses jeux et comment la société introduit ses problèmes dans ceux-ci*, Buenos Aires: Sur, 1941, pág. 10 s.

¹³ Walter BENJAMIN, “Das Paris des Seconde Empire bei Baudelaire”, ob. cit., pág. 546.

¹⁴ Es de hecho lo que sucede con la reciente serie televisiva *Lie To Me*.

rior. Los criminales de las novelas de detectives no son, en sus inicios, ni caballeros ni apaches, sino individuos burgueses en su aspecto privado.”¹⁵

De este modo, el crimen que es propio del espacio multitudinario de la vida pública es descubierto gracias a las virtudes y peculiaridades de la vida privada. Esto ya puede verse en parte en el carácter privado de muchas de las figuras detectivescas tradicionales (como Dupin o Holmes). Pero es también perceptible en el carácter particular de muchos de los criminales que se han vuelto legendarios dentro de la tradición del policial: como ejemplo valgan el ministro de *La carta robada* o el Profesor Moriarty o Irene Adler. El propio Poe deja ver esto cuando explica el modo en que se debe resolver un caso a partir del *análisis psicológico* del criminal¹⁶, en una etapa de la literatura policial en que todavía se trata más del criminal que del crimen; y no pocas veces el análisis de la basura del criminal o la indagación de su vida privada y demás peculiaridades contribuyen de manera determinante a la solución del enigma. (Este elemento está presente incluso –aunque de manera muy pintoresca y demasiado explícita– en la reciente película argentina ganadora del

¹⁵ Walter BENJAMIN, “Paris, die Hauptstadt des XIX. Jahrhunderts”, en *Das Passagen-Werk, Gesammelte Schriften V.1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, pág. 53. En el mismo sentido, cfr.: “Desde Louis-Philippe se puede encontrar en la burguesía el deseo de compensarse por la pérdida de las huellas de la vida privada en la gran ciudad. Esto se intenta dentro de sus propias cuatro paredes. Es como si hubiese puesto su honor en no dejar que en los eones del tiempo se pierdan las huellas, si no de sus días terrenales, sí de sus artículos de uso corriente y accesorios. Sin desanimarse, toma la huella de un gran número de objetos; para pantuflas y relojes de bolsillo, termómetros y potes para huevos, cubiertos y paraguas, se esfuerza por los recipientes y estuches” (Walter BENJAMIN, “Das Paris des Seconde Empire bei Baudelaire”, ob. cit., pág. 548).

¹⁶ Cfr.: “«I mean to say,» continued Dupin, while I merely laughed at his last observations, «that if the Minister had been no more than a mathematician, the Prefect would have been under no necessity of giving me this check. I knew him, however, as both mathematician and poet, and my measures were adapted to his capacity, with reference to the circumstances by which he was surrounded. I knew him as a courtier, too, and as a bold *intrigant*. Such a man, I considered, could not fail to be aware of the ordinary policial modes of action. He could not have failed to anticipate—and events have proved that he did not failed to anticipate—the waylayings to which he was subjected. He must have foreseen, I reflected, the secret investigations of his premises. His frequent absences from home at night, which were hailed by the Prefect as certain aids to his success, I regarded only as *ruses*, to afford opportunity for thorough search to the police, and thus the sooner to impress them with the conviction to which G—, in fact, did finally arrive—the conviction that the letter was not upon the premises. I felt, also, that the whole train of thought, which I was at some pains in detailing to you just now, concerning the invariable principle of policial action in searches for articles concealed—I felt that this whole train of thought would necessarily pass through the mind of the minister. »” (Edgar Allan POE, “The Purloined Letter”, en *The Complete Tales and Poems of Edgar Allan Poe*, Nueva York: The Modern Library/Random House, 1938, pág. 218 s.).

Oscar, *El secreto de sus ojos*)¹⁷. Benjamin ha visto con claridad que no bastaba con el incógnito y el crimen: al considerar la causa de la ausencia de narraciones policiales en la obra de Baudelaire indica precisamente la falta del “momento constructivo” en ese autor, el cálculo que lleva a la solución del enigma¹⁸.

Así el contraste entre 1) la capacidad de retención de las huellas y las peculiaridades de los individuos que caracteriza el ámbito privado y 2) el anonimato de la vida pública parece determinar las condiciones de producción de la novela policial. En Benjamin este anonimato caracteriza también la figura del “detective”, el “observador”, el “*flâneur*”¹⁹.

Pero además de esta caracterización de los vínculos entre la vida moderna y el surgimiento del género, desde el punto de vista de la materia y la producción literaria, en Benjamin pueden hallarse algunas indicaciones que vinculan la vida metropolitana con la recepción del género. La idea de que la vida moderna condiciona la percepción del otro como un criminal puede advertirse en varios pasajes de la obra de Benjamin: en un fragmento breve que tiene por título “Kriminalromane, auf Reisen”, incluido en *Denkbilder* indica que la escritora Anna Katharine Green sabía que –tal como reza el dicho inglés– “cada familia tiene un esqueleto” escondido²⁰. En consonancia con ello, también ha destacado que, como señala la máxima de Goethe, en el mundo moderno de la gran ciudad todo hombre, “tanto el mejor como el más miserable”, encierra un misterio que, de hacerse público, lo volvería odioso a los ojos de todos los demás²¹.

III

Pero es Ernst Bloch quien ha logrado ofrecer una imagen nítida y precisa del contraste que caracteriza la lectura de novelas policiales, en relación con la dualidad que hemos indicado entre la vida pública y la vida privada. El aspecto amenazador de la vida pública contrasta con claridad con el confort del espacio privado que caracteriza la lectura de la novela policial: el consumo masivo de este género en el mullido sillón de lectura –situado en el living confortable de la casa burguesa–

¹⁷ Nos referimos a la pasión futbolística por el equipo de Racing del criminal en la película de Juan José Campanella.

¹⁸ Walter BENJAMIN, “Das Paris des Seconde Empire bei Baudelaire”, ob. cit., pág. 545.

¹⁹ *Ibid.*, pág. 543.

²⁰ Walter BENJAMIN, “Kriminalromane, auf Reisen”, ob. cit., pág. 382.

²¹ Walter BENJAMIN, “Das Paris des Seconde Empire bei Baudelaire”, ob. cit., pág. 540.

contrasta con la amenaza del mundo exterior anónimo: “La situación es demasiado acogedora en la que las historias de detectives se disfrutaban del mejor modo. En un cómodo sillón, bajo la lámpara de pie de la tarde, con té, ron y tabaco, personalmente bien asegurado calmosamente sumergido en cuestiones peligrosas, que son planas”²².

Esta presunta seguridad del ámbito privado parece perfectamente apropiada para conjurar el peligro público a partir de un reaseguro del orden establecido. De allí quizá también la tendencia de muchos detectives hacia un encierro de sesgo casi claustral, que subraya la búsqueda del refugio en la interioridad: recordemos a Dupin y el narrador de sus aventuras, a das Fräulein von Scuderi, a Isidro Parodi, etc. Esta huida hacia la interioridad parece estar estrechamente ligada al surgimiento de cierta literatura policial (como ejemplo contrario, puede mencionarse la literatura policial francesa del siglo XIX, ante todo las novelas de Émile Gaboriau), principalmente dentro de la tradición en lengua inglesa. De allí también el carácter de *outsiders* de los detectives. Este contraste delimita entonces el marco de producción y de recepción de la novela policial; junto con otro dato que –a pesar de que suele olvidarse– es fundamental para entender la aparición del género: me refiero a la entrada en vigencia del sistema de pruebas indiciario, que –como señala Bloch– acabo con los juicios *al contado* en los que la *confesión* –tortura mediante– funcionaba como *regina probationis*²³.

Naturalmente este elemento está estrechamente ligado a cambios en el modo de vida que van mucho más allá del ámbito judicial. Además de estas virtudes, el texto de Bloch logra conciliar felizmente dos posiciones que parecían irreconciliables en el debate en torno a los comienzos de la literatura policial; y lo logra desde una perspectiva que bien podríamos caracterizar como propia de la filosofía de la historia. Desde fines del siglo XIX diversos textos teóricos han disputado respecto de los orígenes de la literatura policial. Más allá de las muy diversas posiciones que se encuentran en estos textos, éstos pueden ser divididos en dos grandes grupos: 1) aquellos que derivan el género policial de los cambios sociales; 2) aquellos que sólo

²² Ernst BLOCH, *Philosophische Ansicht des Detektivromans*, en *Literarische Aufsätze. Gesammelte Ausgabe* 9, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1985, pág. 242.

²³ Al situar los comienzos de la literatura policial en el siglo XIX, Ernst Bloch ha señalado con acierto la importancia del cambio en los procedimientos de los sistemas judiciales, que dejaron de considerar la confesión, obtenida la mayor parte de las veces mediante utilización de la tortura, *regina probationis*. Su reemplazo por el sistema de pruebas indiciario terminó con el modo de “juzgar al contado” y posibilitó la aparición del detective y de la pesquisa, reales o literarios (íbid., págs. 243-244).

reparan en la serie literaria y persiguen los orígenes del género sin atender al contexto de producción de los textos. A ello se debe la distancia insalvable entre las posiciones de aquellos que, como Rodolfo Walsh, buscan los principios de la literatura policial en el bíblico *Libro de Daniel*, en las fábulas milesias retomadas por Heródoto, en la tragedia griega, o en la literatura china de principios del siglo XVII (e. g.: los casos criminales resueltos por el juez Ti)²⁴, y quienes sitúan sus comienzos en el siglo XIX, a partir de la aparición de las policías secretas, la prensa masiva, las grandes ciudades, la Revolución Industrial y demás cambios en las condiciones socioeconómicas y las diversas prácticas vitales. Desde una perspectiva que rastree la evolución de los motivos literarios sin atención a las condiciones sociales e históricas, puede que las preguntas de Dios a Caín (“¿Dónde está Abel tu hermano?”, “¿Qué has hecho?”²⁵) conlleven la simiente de la primera pesquisa. Desde una perspectiva que indague la evolución de los géneros en sus vínculos con la realidad no literaria estas preguntas sólo pueden ser consideradas, cuanto más, como un antecedente prehistórico, una suerte de eslabón muy lejano en la evolución que ha derivado en el surgimiento del género policial.

Bloch ha logrado conciliar estas dos posiciones al indicar una suerte de relato protopolicial en el *Edipo Rey*, de Sófocles²⁶, y en todas aquellas obras que buscan descifrar la prehistoria de un crimen. El término *prehistoria* alude en Bloch tanto a los acontecimientos que tuvieron lugar antes del comienzo del relato –todo aquello que ha contribuido a la producción del usual cadáver con que comienzan las novelas policiales– cuanto a la etapa previa al surgimiento de la humanidad. De este modo, el género representa para Bloch tanto un momento determinado dentro de la evolución de la humanidad cuanto una actualización específica de una pregunta respecto del ser social y su relación con un pasado criminal, que funda la vida en comunidad. (Así vincula la literatura policial con el pecado original.) En este sentido cabe indicar, sin embargo, que Bloch marca a través de una selección léxica la diferencia entre los textos protopoliciales, en los que encontramos aquello

²⁴ En este primer grupo podemos ubicar, además de a Rodolfo Walsh (cfr. Rodolfo WALSH, “Dos mil quinientos años de literatura policial”, *Cuento para tahúres y otros relatos policiales*, Buenos Aires/Montevideo: Puntosur, 1987, págs. 161-168), a Juan Jacobo Bajaría (cfr. Juan Jacobo BAJARÍA, “Estudio preliminar”, *Cuentos de crimen y misterio*, Buenos Aires: Jorge Álvarez, 1964, págs. 7-27) y Dorothy Sayers (cfr. Dorothy SAYERS, “Aristoteles über Detektivliteratur”, en J. Vogt (ed.), *Der Kriminalroman. Zur Theorie und Geschichte einer Gattung*, Munich: Fink, 1971, págs. 123-138).

²⁵ Génesis, 4: 9-10.

²⁶ Cfr. “La materia de Edipo [...] materia primigenia de lo detectórico por excelencia” (Ernst BLOCH, *Philosophische Ansicht des Detektivromans*, ob. cit., pág. 255).

que él denomina lo detectórico [*das Detektorische*], y los textos estrictamente policiales, caracterizados por lo detectivesco [*das Detektivische* o *Detektivhafte*], ligado al procedimiento de pruebas indiciario y que, por lo tanto, no surge hasta fines del siglo XVIII.

Por otra parte, Bloch ve en los modos de llevar a cabo la investigación detectivesca la representación de un momento específico de la burguesía y su relación con el conocimiento y la ciencia:

“Holmes, fin de siècle, procede de la manera inductiva que es propia de las ciencias naturales, a partir de la suciedad de la calle depositada en las suelas de los zapatos de sus visitantes, reconoce de qué barrios de la ciudad de Londres provienen; él distingue todas las cenizas de los diferentes tipos de tabaco, y la química es su ciencia favorita. Hercule Poirot, en cambio, la figura de Agatha Christie, que ya no proviene de un tiempo tan racional, ya no apuesta, con sus pequeñas células grises, a la carta inductiva, sino que intuye la totalidad del caso, en consonancia con el impulso de pensamiento de la burguesía tardía, que se ha vuelto irracional.”²⁷

Con este análisis Bloch muestra en qué medida la evolución del género –y, ante todo, las variaciones en la figura del detective capaz de resolver los enigmas criminales de la sociedad– representa, si bien de manera esquemática, el desarrollo del pensamiento burgués durante los siglos XIX y XX.

CONCLUSIONES

Hemos buscado reflexionar sobre tres perspectivas filosóficas de la novela policial en relación con la sociedad moderna, para destacar algunos elementos que parecen caracterizar nuestro modo de vida y, asimismo, este género muchas veces considerado menor. Entre ellos, 1) la escisión entre la vida privada y la vida pública, ligada al anonimato de la gran ciudad y, también en parte, a una afirmación de la individualidad, del carácter único e irremplazable del sujeto particular en la sociedad moderna, refugiado en el nicho de la vida privada; 2) la pérdida de la relación con las esferas trascendentes, y el habitar, por lo tanto, de un mundo que se vuelve, en buena medida, indescifrable en su sentido y sus consecuencias, que sólo pueden ser interpretados por una facultad ajena a este mundo y según un modelo que deja de lado la vida empírica y se rige por sus propias reglas; 3) el carácter novedoso

²⁷ *Ibid.*, pág. 249.

dentro del proceso de justicia del sistema de pruebas indiciario, ligado a un paradigma científico particular pero también a la igualdad y la legalidad formales de la vida moderna; 4) también hemos buscado ligar este género –y, por lo tanto, este momento histórico– con un elemento que, en apariencia, se presenta fundamental dentro de la tradición occidental: la irrupción del crimen y la necesidad de impartir justicia, lo cual suele identificarse con el castigo del criminal.

En relación con los autores tratados puede percibirse con claridad que hay en los sucesivos escritos un conocimiento cada vez más detallado del género policial y, en consecuencia, un análisis más lúcido y ajustado de las relaciones entre el género y las condiciones de la vida moderna. En el caso de Kracauer, la lectura del *tratado filosófico* deja en claro su recusación del género, y su falta de interés por profundizar queda plasmada en el carácter excesivamente abstracto del análisis. Ante todo por el hecho de que en su indagación prescinde casi por completo de referencias textuales a obras específicas; ni hablar de análisis detallados. Su contribución es, sin embargo, valiosa desde el punto de vista de la filosofía de la historia y su vinculación con el género. Al vincular la novela policial con la desintegración final de la ley divina en una pluralidad de proscipciones inconexas, Kracauer retoma la etimología de Hegel del “prosaico orden de las cosas” en que los deberes y obligaciones, antiguamente patrimonio del sentido interno, reaparecen como una plétora de fuerzas coercitivas externas²⁸. Así lee la novela policial como un síntoma de una división radical entre el mundo exterior y la interioridad del individuo. Su texto, escrito entre 1922 y 1925, se corresponde con el comienzo de su interés por la cultura de masas y con su establecimiento como crítico del *Frankfurter Zeitung*²⁹. El hecho de que no haya publicado el libro durante su vida puede ser visto –si tenemos en cuenta que luego se dedicó con gran devoción al análisis crítico de objetos culturales concretos en los que puso de relieve precisamente el análisis estético material– como signo del descontento del autor con su ensayo.

En el caso de Benjamin, por el contrario, puede constatarse un interés genuino y un conocimiento mucho más profundo del género. Gershom Scholem dejó constancia de la afición de Benjamin a la lectura de novelas policiales, ante todo de la

²⁸ G.W.F. HEGEL, *Vorlesungen über die Ästhetik*, vol. 3, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970, pág. 332.

²⁹ Heide SCHLÜPMANN, *Ein Detektiv des Kinos. Studien zu Siegfried Kracauers Filmtheorie*, Frankfurt a. M.: Stroemfeld/Nexus, 1998, pág. 10. De esta época es también el comienzo de su relación con Bloch y Benjamin (ibid.).

tradición francesa (Émile Gaboriau, Maurice Leblanc, Georges Simenon)³⁰; asimismo también sabemos por los escritos póstumos de un proyecto conjunto con Brecht de escribir una novela policial³¹. En todo caso, en Benjamin se puede percibir –tal como hemos indicado– un mayor conocimiento del género, y sus conclusiones sobre la oposición entre el individuo privado y la vida pública en la gran ciudad, en tanto determinantes de la producción y la recepción de estas novelas, no presentan en modo alguno el cariz nostálgico de las reflexiones de Kracauer. En cambio, Benjamin utiliza el género para caracterizar las condiciones del presente y la creciente oposición entre un reaseguro dentro del ámbito privado y el abandono de la vida pública.

Bloch continúa pensando, en parte, a partir de las reflexiones de Benjamin, a quien cita en su estudio sobre el policial. Su indagación logra sintetizar felizmente muchas de las ideas dispersas en Benjamin bajo un análisis que él mismo –siguiendo a Kracauer– denomina *filosófico*. Del autor de *Calle de dirección única*, Bloch toma el análisis de los objetos concretos, especialmente de aquellos que poblaban los interiores de los apartamentos burgueses hacia mediados del siglo XIX³². De Kracauer, en cambio, una voluntad de ofrecer un análisis del género desde una perspectiva sistemática de cuño filosófico-histórico, en parte –y sin nombrarlo naturalmente– sobre las huellas del Lukács de *Teoría de la novela* (así como también tras los pasos del *Origen del drama barroco alemán*, de Benjamin). Hacia principios de siglo y hasta entrada la década de 1910 la tragedia –y su desaparición– fue un tema en boga en algunos círculos del pensamiento alemán antipositivistas, y filósofos como Georg Simmel, Georg Lukács o Walter Benjamin no estuvieron ausentes en esa discusión. Luego algunos de estos pensadores se volcaron al estudio de la cultura de masas, en parte siguiendo las huellas de Simmel, y abordaron, entre otros artefactos culturales, la novela policial. Se trata en parte del

³⁰ Gershom SCHOLEM, *Walter Benjamin – Die Geschichte einer Freundschaft*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1975, pág. 46.

³¹ Walter BENJAMIN, “Kriminalroman”, *Gesammelte Schriften VII-2*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1991, págs. 841-850

³² No sólo el texto sobre la novela policial puede ser asociado con este escrito de Benjamin. *Spuren*, un texto de gran afinidad el análisis de la novella policial, también ha sido vinculado con el mencionado texto de Benjamin. Cfr.: “Bloch's project as a whole, the published *Spuren*, has been described as a derivative work, notably by Gershom Scholem and Walter Benjamin, who point out the influence of Benjamin's own *Einbahnstraße*” (Liliana WEISSBERG, “Philosophy and the Fairy Tale: Ernst Bloch as Narrator”, *German Critique*, 55, invierno 1992, pág. 36).

pasaje de una perspectiva de sesgo idealista y nostálgico hacia una perspectiva orientada al análisis del presente.

A diferencia de Dorothy Sayers³³, quien ve una continuidad entre la tragedia y la novela policial, entendemos que existe una diferencia insalvable entre la sociedad de la Grecia clásica que produjo la tragedia y la moderna sociedad que hace posible el género policial: la tragedia supone una determinación del sujeto que excede con mucho la mera individualidad; el individuo es responsable no sólo por sus actos, también por los vínculos que lo unen a una sustancia ética que lo excede: la ciudad, la familia, etc. En la novela policial el individuo suele no ser responsable siquiera por sus actos: el género negro tiende a la irracionalidad de los motivos del crimen (tal como sucede paradigmáticamente con *The Big Sleep*, de Raymond Chandler), a la argumentación patológica (al asesino serial, al gangster, etc.). La novela-problema, por el contrario, a eliminar los motivos y ocuparse del “cómo” o del “quién”. Como ejemplos valen aquellos textos en los que la víctima sólo es asesinada por su nombre, para indicar una serie falsa o para dar un mensaje secreto, *The A.B.C. Murders*, de Agatha Christie, o “El jardín de senderos que se bifurcan”, de Borges.

Con esta desaparición de los motivos y la responsabilidad se vincula además la dificultad de representar los vínculos entre la ley y el cuerpo. Las ciencias del siglo XVIII, surgidas junto a las grandes metrópolis, perseguían en las superficies de los cuerpos los misterios ocultos en las almas, que ya se habían vuelto misteriosas. Hoy en día el propio cuerpo, la mera superficie, parece haberse vuelto ajena e indescifrable. La destrucción violenta del cuerpo en el policial negro, la ausencia de corporalidad en la novela problema parecen indicar la dificultad de pensar la relación entre el cuerpo y la ley, entre el cuerpo y el etos individual (y comunitario), en la sociedad moderna. De este modo, la evolución del género policial parece confirmar, al menos en parte, la tesis de Richard Hoggart respecto de los vínculos entre cultura popular y cultura de masas³⁴. En sus primeras producciones, que derivan en gran medida de la literatura criminal –de raigambre popular– del buen bandido³⁵, el género conserva un carácter crítico respecto de la sociedad que representa

³³ Dorothy SAYERS, “Aristoteles über Detektivliteratur”, ob. cit.

³⁴ Richard HOGGART, *The Uses of Literacy. Aspects of Working Class Life*, Londres: Chatto and Windus, 1957.

³⁵ Al respecto, cfr. Antonio GRAMSCI, “Sul romanzo poliziesco”, *Letteratura e vita nazionale*, Roma: Editori Riuniti, 1991, págs. 136-144. Esta derivación –cabe señalar– se verifica mejor en las tradiciones alemanas y francesas que en la inglesa.

(que en gran medida es recuperado con el surgimiento de la serie negra, que abreva en la tradición de la novela policial francesa y muestra una sociedad criminalizada). En su desarrollo masivo, el género se va deshaciendo de esta *vis* crítica para convertirse en mero entretenimiento, y retrata una sociedad indescifrable que no busca comprender y en la que el orden es finalmente reestablecido de manera artificial y conciliadora.

POLÍTICA, CULTURA Y MUTACIONES ANTROPOLÓGICAS

Politics, Culture and Anthropological Changes

JOSÉ FERNÁNDEZ VEGA*

joselofer@gmail.com

Fecha de recepción: 1 de abril de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 3 de octubre de 2011

RESUMEN

La ensayística política que Pier Paolo Pasolini cultivó en los últimos años de su vida en los medios de prensa italianos muestra ciertos puntos de contacto generales con la Teoría Crítica, aunque ésta jamás aparezca referida en sus escritos. Pasolini se ocupó de la coyuntura italiana de su tiempo y escribió como un militante independiente y un artista comprometido antes que como un teórico de la sociedad. Este artículo propone una discusión de algunos de los principales temas presentes en estos ensayos porque, según se argumenta, los temas de la época que aborda su autor pueden echar luz sobre el presente y prolongar, de un modo original pero muy heterodoxo, pasional y asistemático, el legado crítico de la Escuela de Frankfurt.

Palabras clave: Pasolini; Italia; ensayo político; mutación antropológica; teoría crítica.

ABSTRACT

During the last years of his life, the Italian director and writer Pier Paolo Pasolini contributed in the newspapers of his country with political articles that have some points in common with the legacy of the Critical Theory, though he never made any explicit allusion to it. Pasolini interventions are those of an independent activist and engaged artist, and they are intended to clarify basic traits

* CONICET - Universidad de Buenos Aires.

of the changing Italian society of his times. This article offers a critical revision of some of Pasolini's main ideas regarding those problems in the understanding that they may help to grasp some Italian (and non Italian) contemporary political issues. Besides, Pasolini's essays might be considered as an original contribution, though passionate, heterodox and unsystematic, to the open legacy of the Frankfurt School.

Key words: Pasolini; Italy; political essay; anthropological change; critical theory.

1. APOCALÍPTICOS

Uno de los más incómodos desafíos que afrontan los intelectuales italianos en la actualidad consiste en intentar explicar una y otra vez a los extranjeros la insólita configuración que adquirió el poder político en su país. Seguramente ya harto de buscar interpretaciones para el fenómeno que encarna Silvio Berlusconi, el político de mayor permanencia en el poder de la era republicana nacional, Umberto Eco ensayó una táctica que hace honor a la experta y legendaria astucia que despliega en sus relaciones con los medios de comunicación. Su defensa consistió en un buen ataque: declaró que Italia prefigura el futuro de toda Europa, antes encarnado por el modelo de EE. UU. y ahora por una hegemonía cultural en la cual los negocios mediáticos y el aparato estatal llegaron a un punto de fusión. Lo que ocurre en Italia no sería una excepción encapsulada en un territorio singular, sino la amenaza que se cierne sobre cualquier democracia avanzada. En vista de una situación como la italiana, incluso los inteligentes integrados de ayer llegan a adquirir tonos apocalípticos.¹

Treinta y cinco años atrás, Italia era un país muy distinto, y posiciones tan descarnadas sobre su realidad sólo podían sostenerse al precio de la mayor soledad pública. Al pesimismo radical que proyectaban se le reprochaba las actitudes reaccionarias a las que de modo inevitable parecían conducir. No fue otro el clima al que se vio enfrentado Pier Paolo Pasolini cuando, en la primera mitad de los años setenta, desde sus columnas en la prensa, comenzó a exponer con energía las devastadoras consecuencias del imperio de los poderes mediáticos y del consumis-

¹ Vicente VERDÚ, "Umberto Eco: 'Desgraciadamente, el futuro de Europa sería Italia'", *El País*, Madrid, (25. 4. 2010): http://www.elpais.com/articulo/portada/Umberto/Eco/Desgraciadamente/futuro/Europa/sera/Italia/elpepusoeps/20100425elpepspor_8/Tes [consulta: 1.3.2011].

mo desenfadado que se habían adueñado del cuerpo y del alma de los italianos, aniquilando subculturas originales y desfigurando personalidades. Acaso sea útil volver sobre sus apasionadas invectivas precisamente cuando el país celebra este año el sesquicentenario de su unificación, lo que permitió que Italia abandonara ese estatuto nominal con el que Metternich la había menospreciado en el siglo XIX: “una mera expresión geográfica”².

En sus ensayos periodísticos, Pasolini mostraba muchas dudas sobre los verdaderos resultados políticos de la unificación italiana. A la vez, estaba interesado en identificar los rasgos específicos que, a nivel humano y cultural, había adquirido en el país el llamado “milagro económico” de posguerra. Sus textos combativos, tan emocionales como analíticos, no hacen ninguna referencia explícita a la Teoría Crítica o a sus principales figuras (fuera de alguna mención *en passant* a Marcuse), si bien algunos parecidos de familia con dicha teoría se podrían identificar en sus reflexiones. Estos escritos de Pasolini también se pueden valorar como una rara contribución, tan eficaz como idiosincrásica, al desafiante “continuará” con el que Horkheimer y Adorno remataron la primera versión de su célebre capítulo sobre la industria cultural³.

Horkheimer y Adorno quizá no descartaron que el enriquecimiento de su teoría quedara en las manos colectivas de la posteridad. Pasolini fue uno de los que, a su manera, aceptó de modo tácito el desafío y ofreció un aporte original: la visión de un artista (más conocido fuera de su área lingüística como escritor y director que como ensayista político), la de un militante no convencional, solitario y temperamental (este último rasgo no es del todo ajeno a los maestros de Frankfurt), y la de un individuo enfrentado a un grado maduro de la industria cultural en un país europeo enriquecido, pero lleno de rémoras de un pasado opresivo, y con una fuerte presencia cultural y política de la Iglesia católica.

La situación italiana ofrecía un panorama muy ambivalente. Persistía un antiguo autoritarismo institucional, pero, según Pasolini, las mentalidades (y los cuerpos) ya habían sido atrapadas por los señuelos del capitalismo avanzado. En su fisonomía esencial, tal vez no fuera muy distinta la situación alemana que encontraron los padres fundadores de la Teoría Crítica al regresar de su exilio tras el

² Sus artículos fueron reunidos en dos libros sobre los que girará aquí el análisis. El primero apareció en 1975: Pier Paolo PASOLINI, *Scritti corsari*, Milán: Garzanti, 2009; el segundo es una compilación póstuma de 1976: Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, Milán: Garzanti, 2009.

³ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos Filosóficos*, Madrid: Trotta, 2003, pág. 212, nota.

hundimiento del Tercer Reich. Aunque Italia mostraba peculiaridades acerca de las cuales Pasolini insistió en su momento, un acercamiento a sus intervenciones políticas también podría ofrecer claves de comprensión sobre el presente, y no sólo el italiano.

2. LUCIÉRNAGAS

En 1941, un Pasolini de diecinueve años le escribió una carta a un amigo donde relataba una noche feliz en la que, junto con otros, se vio rodeado de luciérnagas en una celebración del afecto mutuo, risas y recuerdos infantiles. En 1975, las luciérnagas volverían a ser el tema de uno de sus artículos partisanos en la prensa: ellas habían desaparecido a causa de la contaminación urbana e industrial⁴. Bajo el fascismo, todavía era posible verlas revoloteando en una libertad natural que contrastaba con el agobiante régimen estatal; en la sociedad posfascista, su total desaparición obligaba a pensar en algo más que en el daño ecológico. Era una forma de sociabilidad tan intensa como inocente lo que se había ido con ellas. Dichos vínculos se fundaban en una sensualidad que el mundo burgués posfascista había liquidado, y que Pasolini había tratado de reivindicar en su cine, en particular en la serie de fábulas conocida como “Trilogía de la vida”, de la que luego abjuró públicamente en sus notas, puesto que llegó a la conclusión de que resultaba imposible recuperar esa “infancia perdida” y esa sexualidad candorosa mediante su mera estilización idealista⁵.

La espontaneidad sensible del cuerpo, una potencia característica del pueblo con la que el fascismo no había logrado acabar, se había vuelto imposible bajo el imperio de lo que caracterizó como un neofascismo consumista y hedonista que convertía a los cuerpos en meras cosas⁶. Los cuerpos habían sido reducidos a un uso mercantil y eran ya territorio colonizado por el capital. Ello sembraba densos

⁴ Pier Paolo PASOLINI, *Scritti corsari*, ob. cit., págs. 128-134.

⁵ Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., págs. 83-88. La “Trilogía de la vida” abarca las siguientes películas: *Decamerón* (1971), *Los cuentos de Canterbury* (1972) y *La flor de las Mil y una noches* (1974). Pasolini las definía como “películas sobre la corporalidad humana y sobre el sexo. Estas películas son bastante fáciles, y las he hecho para oponer al presente consumista un pasado recientísimo donde el cuerpo humano y las relaciones humanas eran todavía reales. A pesar de ser arcaicas, prehistóricas, burdas, eran reales, y oponían esta realidad a la irrealidad de la civilización consumista”. Citado por Nico NALDINI, *Pier Paolo Pasolini. Una vida*, Barcelona: Circe, 1992, pág. 318.

⁶ Jean Paul CURNIER, *À vif. Artaud, Nietzsche, Bataille, Sade, Kossowski, Pasolini*, Paris: Lignes, 2006, págs. 116-121.

interrogantes sobre la auténtica naturaleza de la liberación de las costumbres, incluidas las sexuales, que los jóvenes rebeldes de 1968 habían levantado como una de sus principales banderas. Precisamente éste es el problema que discute en el primero de sus artículos de la época⁷.

Si durante la dictadura mussoliniana la claridad de los proyectores de la defensa antiaérea podía eclipsar de modo episódico, pero no absoluto, la visión de las luciérnagas, la sociedad industrial irradiaba la vida social con otro tipo de claridad, más cegadora, de tal modo que la pálida luz de las luciérnagas se hacía imposible de distinguir. En un pasaje de Dante donde también se menciona a las luciérnagas en el infierno –allí encarnan el alma de unos malos consejeros políticos condenados a titilar en la oscuridad– Georges Didi-Huberman encontró motivos para invertir la imagen. En Pasolini, escribió, el infierno se había realizado en un mundo que, entretanto, había devenido Ilustrado y burgués⁸. La vieja cultura popular aún representaba un núcleo de resistencia bajo la dictadura; pero ahora se hallaba encandilada por radiaciones mediáticas generalizadas –un fascismo televisivo– y sometida a la forma mercancía que dominaba por doquier la existencia de los italianos, objeto inmediato de las preocupaciones de Pasolini.

Italia, en su opinión, no había experimentado nunca una real revolución burguesa, y se hallaba por tanto desprovista de los muros de contención que la burguesía establecida de otros países europeos había logrado erigir contra el aniquilamiento de las viejas formas culturales. El rápido desarrollo del país tuvo consecuencias traumáticas. La fiebre consumista que trajo aparejado no hizo sino aumentar con el tiempo. Si en la década de 1960 las clases populares todavía se centraban en la compra de artículos de primera necesidad (*l'età del pane*), en los años sucesivos terminaron cada vez más movilizadas por anhelos que un historiador resumió de este modo: “hedonismo, conocimiento, estética y salud”. Un hito en esta evolución, según Paul Ginsborg, fue la introducción de la televisión en colores en 1974, precisamente el momento en que Pasolini emprende de modo sistemático sus

⁷ Pier Paolo PASOLINI, “Contro i Capelli lunghi”, *Corriere de la Sera*, Milán (7. 1. 1973), ahora en *Scritti corsari*, ob. cit. págs. 5-11. El último de los artículos de la serie, “Lettera luterana a Italo Calvino”, apareció en *Il Mondo*, Roma (30. 10. 1975), ahora en *Lettere luterane*, ob. cit., págs. 197-203. Dos días más tarde, el primero de noviembre de 1975, Pasolini fue asesinado en una playa de Ostia en un episodio no completamente aclarado hasta el día de hoy.

⁸ Georges DIDI-HUBERMANN, *Survivance des lucioles*, Paris: Les Éditions de Minuit, 2009, pág. 24-26 y 33.

intervenciones partisanas, en las que, sin embargo, no hace ninguna referencia particular a esta innovación técnica⁹.

3. TOLERANCIA Y CONSUMO

Lo que ensombrecía la realidad italiana, según Pasolini, no era la amenaza de una regresión hacia el fascismo histórico, o la variante más contemporánea de un golpe de tipo latinoamericano como temían algunos a partir de los episodios de terrorismo de ultraderecha que ocurrieron en la época y de las múltiples conspiraciones militares que signaron el período posterior a 1968. El factor determinante no había que buscarlo en los pliegues secretos del poder, sino que se encontraba a la vista de todos en la vida social: consistía en el abandono de la población a la “comodidad y el bienestar” (una contradicción en los términos para el autor)¹⁰. El veloz “milagro italiano”, que implicaba ante todo producir y consumir, traía aparejadas enormes consecuencias humanas y políticas que Pasolini englobó bajo la categoría de “antropológicas”:

“El poder ha decidido que seamos todos iguales (...) el ansia de consumo es un ansia de obediencia a un orden no mencionado. Cada uno en Italia siente el ansia, degradante, de ser igual a los otros en el consumo, en la felicidad, en la libertad: porque esta es la orden que ha recibido inconscientemente, y a la cual “debe” obedecer, bajo la amenaza de sentirse diferente. Nunca antes la diversidad producía una culpa tan espantosa como en este período de tolerancia. La igualdad, de hecho, se ha conquistado, pero es una “falsa” igualdad recibida como regalo.”¹¹

Dicha igualdad alienada se expresaba en la profunda tristeza de los individuos (en especial entre los jóvenes), en la neurosis general, en una superficial alegría a la vez impostada y eufórica, así como en otro aspecto que al poeta y lingüista Pasolini lo mortificaba de un modo particular: la fosilización del lenguaje hablado. La tolerancia, una herencia Ilustrada, ya no era real, sino puramente “nominal”, puesto que, según su experimentada opinión, se tolera a aquel a quien al mismo tiempo se condena y segrega, si bien de una manera refinada¹². Incluso llegó a consi-

⁹ Paul GINSBORG, *Italy and Its Discontents. Family, Civil Society, State 1980-2001*, Londres: Penguin Books, 2003, págs. 85-86.

¹⁰ Pier Paolo PASOLINI, *Scritti corsari*, ob. cit. pág. 29.

¹¹ *Ibid.*, pág. 60. (Las traducciones citadas son siempre del autor).

¹² Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., pág. 35.

derar a la tolerancia propagada por la cultura hedonista como “la peor represión de la historia humana”¹³. La idea de una tolerancia represiva, según la postuló Marcuse, se halla presente en estas reflexiones.

A partir de esta dramática constatación, Pasolini se lanzó a una campaña de denuncia y esclarecimiento cívico, por completo personal y en cierto modo también desesperada, como él mismo admitió. Su empeño y sus ataques le crearon permanentes conflictos no sólo con la izquierda tradicional, en primer lugar con el todavía poderoso aparato del Partido Comunista italiano (el PCI, al que se había afiliado en 1948 y apoyaba públicamente en las elecciones), sino también con los jóvenes radicalizados que buscaban formas de acción y de organización alternativas a aquellas que consideraban propias de una oposición institucionalizada. La cultura contestataria de los estudiantes, de acuerdo con Pasolini, no se distinguía en sus rasgos esenciales de la barbarie estatal y económica contra la que imaginaban combatir. Cuando estalló la rebelión, los increpó desde las páginas de un semanario con un poema, entre irónico y amargo, que levantó polémicas. Allí los calificó de “niños de papá” y objetó sus choques con la policía, en cuyas filas encontraba más vida popular que entre los jóvenes aburguesados¹⁴. Esta confrontación, provocativa y directa, guarda cierta conexión con aquella que en los últimos momentos de su vida sostuvo Adorno con las protestas estudiantiles alemanas, que tanto lo afectaron personalmente¹⁵.

“La vida no vive”, el impactante epígrafe de *Minima Moralia*, también podría haber sido adoptado por el poeta italiano, aunque, para éste, la dimensión sensual cobra un relieve en el análisis que no siempre fue tan explícito en Adorno. Fuera de eso, la equiparación de la esfera cultural realmente existente con la barbarie, y la identificación de muchas, demasiadas, líneas de continuidad entre el fascismo histórico y la vida democrática de posguerra ofrecen puntos de contacto con la Teoría Crítica, por no mencionar el común diagnóstico sobre la desaparición de la cultura popular, de sus manifestaciones artísticas tanto como de sus formas de vida, bajo el capitalismo avanzado.

¹³ Pier Paolo PASOLINI, *Scritti corsari*, ob. cit., pág. 22.

¹⁴ Pier Paolo PASOLINI, “Il PCI ai giovani!!!”, *L'Espresso*, Roma, XIV, N° 24 (16. 6. 1968). En números sucesivos se desarrolló una discusión sobre esta poesía. Para el contexto histórico: Paul GINSBORG, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi. Società e politica 1943-1988*, t. II: *Dal “miracolo económico” agli anni '80*, Turin: Einaudi, 1989, págs. 404-468.

¹⁵ Theodor W. ADORNO, “Resignation”, en *Kritik. Kleine Schriften zur Gesellschaft*, ed. de Rolf Tiedemann, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973, págs. 148 y ss.

Sin embargo, el anhelo por la infancia, que en un momento compartía Pasolini con Adorno, se había transformado para el primero en un duelo, y ya no en esa esperanza redentora que, según Adorno, un arte verdadero aún podía atesorar. En Pasolini aquel anhelo se había apoyado en una visión, que luego depreciaría por demasiado idílica, de la juventud campesina, de las antiguas culturas del país arraigadas en historias locales de rica diferenciación y del subproletariado. En un pasado reciente, este último sector solía subsistir tan marginado que consiguió preservar (aun cuando su existencia, vivamente representada en la película *Accatone*, de 1961, adoptara variantes criminales) la extraña nobleza y la indudable personalidad que su posterior exposición a la vida urbana estandarizada pronto lo llevaría a perder por completo.

¿Qué vigencia conservaban sus intenciones iniciales como director, o qué restaba del mundo retratado en *Accatone*, después del vertiginoso cambio cultural que había sufrido Italia? se preguntó Pasolini. Entre 1961, fecha de *Accatone*, y 1975, cuando escribe, “hubo un genocidio. Una población ha sido destruida culturalmente (...) Si hoy quisiera filmar de nuevo *Accatone*, no podría hacerlo. No encontraría ni un solo joven que fuese en su ‘cuerpo’ ni remotamente similar a los jóvenes que se representaron a sí mismos en *Accatone*”. Es que los jóvenes contemporáneos perdieron la imaginación verbal y la simpatía de malvivientes de aquellos subproletarios; se volvieron neuróticos y tristes, indecisos, llenos de anhelos pequeño-burgueses: “se avergüenzan de ser trabajadores, tienen como modelo a los “hijos de papá””¹⁶. La magnitud del declive se podía constatar en la gratuita bestialidad que habían adquirido los hechos criminales protagonizados por la juventud o la marginalidad urbana, por no mencionar el empobrecimiento generalizado del lenguaje comunicativo y de la creatividad populares. “Ya no hay seres humanos”, concluyó Pasolini, en lo que acaso fuese su versión personal de “la vida no vive”.

4. INVECTIVAS

La defensa de una tradición cultural idealizada, puesto que consistía en un Romántico recuerdo del pasado y estaba claro que era imposible volver a implantarla, se erigía como un modelo crítico alternativo a la negatividad de las neovanguardias, contra las que Pasolini polemizó, y frente al pasaje a la acción sin mediaciones de las revueltas juveniles, al que entendió como la antesala del nihilismo. Pasolini

¹⁶ Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit. págs. 171 y 173.

presintió la deriva terrorista que amenazaban con tomar algunos jóvenes de izquierda en un país ya sacudido por atentados del terrorismo fascista. Sus análisis periodísticos sobre la situación italiana pretendían superar los lugares comunes del discurso político. Cualquiera sea la valoración que se haga hoy de sus ensayos, no se podría comenzar sin destacar el original esfuerzo por pensar contra la corriente y aplicando categorías muy poco convencionales. Por ello, Pasolini fue acusado en su momento de irracionalista y esteticista (en particular desde *L'Unità*, el órgano del PCI). Italo Calvino, por su parte, le reprochó añorar la *Italietta* fascista, algo que Pasolini rechazó indignado y le recordó a su amigo las persecuciones de las que había sido víctima desde muy joven por sus inclinaciones sexuales¹⁷. ¿Cómo podía evocar con nostalgia una configuración social que lo había humillado y obligado a emigrar de su *piccola patria*?

Pasolini se involucraba en los debates en términos muy personales; cada una de las críticas a su ensayística política recibía una apasionada respuesta de su parte¹⁸. No evitaba la confrontación y, al mismo tiempo, era consciente de su aislamiento político y de la irritación que generaban sus intervenciones. Pero la discusión le resultaba esencial. Sus escritos en la prensa siguen siendo magníficas piezas polémicas: directas, elegantes, llenas de energía civil y de visiones sorprendentes y desprejuiciadas. Constituían un banco de pruebas para explorar un presente a la vez novedoso y, en su visión, catastrófico.

Pasolini consideraba que la oposición fascismo-antifascismo, que había dominado la vida pública italiana desde los años 1920, ya había sido superada, y acaso de la peor manera¹⁹. El país respiraba de pronto otra atmósfera “fascista”, aunque de un tipo inédito, cuya característica esencial consistía en evitar la imposición violenta de unas creencias o unas conductas. Este neofascismo había capturado las reivindicaciones sociales avanzadas y las reformulaba en un sentido favorable al consumismo. La aplicación extrema de estas concepciones llevó a Pasolini a situaciones difíciles de comprender para los círculos progresistas. Estimó, por ejemplo, que la victoria en el plebiscito sobre el divorcio (celebrado en enero de 1973, y

¹⁷ Pier Paolo PASOLINI, *Scritti corsari*, ob. cit., págs. 51 y ss.

¹⁸ Mariano MARESCA y Juan Ignacio MENDIGUCHÍA, “Léxico Pasoliniano”, en VV. AA., *Pier Paolo Pasolini, Palabra de corsario*, Madrid: Circulo de Bellas Artes, 2005, pág. 329.

¹⁹ Pier Paolo PASOLINI, *Descrizioni di descrizioni*, ed. de Graziella Chiarcossi, prefacio de Giampaolo Dossena, Milán: Garzanti, 1996, págs. 351-352, donde el autor señala que el antifascismo se convirtió en una convención para quienes pretenden “estar del lado justo de una vez para siempre”. Este libro póstumo compila reseñas bibliográficas escritas contemporáneamente a los ensayos de *Scritti corsari* y *Lettere luterane*.

considerado un hito en el proceso de consolidación del laicismo en el país de la Iglesia) podía ser mejor valorado como un triunfo del *qualunquismo*, el estrecho individualismo de clase media con su típica indiferencia hacia cualquier tipo de ideal ciudadano. Aunque no se privó de celebrar la derrota del “clerical-fascismo” en ese referéndum, ni tampoco de acusar al PCI de intentar acaparar los laureles de un triunfo que, para ser justos, éste jamás había creído posible, Pasolini consideraba que, en realidad, la aprobación del divorcio demostraba la fuerza y el alcance de la civilización hedonística y de los modelos culturales que irradiaba la televisión²⁰. Si bien era claro que PCI había jugado un papel decisivo movilizándolo a su electorado para el referéndum, en términos concretos ni el Partido ni el Vaticano fueron capaces de captar la revolución antropológica ocurrida en Italia, y de la que el resultado de la consulta popular era una evidencia.

5. TRADICIONES ALTERADAS

Por lo demás, el Vaticano se hallaba sumido en la mayor confusión. Sus políticas, obsesionadas con la censura de los contenidos sexuales en el arte y los medios de comunicación de masas, estaban mal dirigidas. Ellas harían mejor en censurar los programas populares de entretenimientos y la publicidad, pues eran las fuentes desde las que se proyectaban nuevos estereotipos de vida, puestos en escena de manera directa, sin apelar a la prédica. La televisión lograba así la mayor influencia, y erosionaba con silenciosa eficacia los valores que la Iglesia creía bien defendidos mediante una absurda vigilancia moralizante. La paradoja, que Pasolini advirtió con lucidez, reside en el hecho de que aún cuando la televisión había sido desde sus comienzos en los años 1950 un pilar para el sistema de poder que compartían la Iglesia y la Democracia Cristiana (DC), su real efecto a largo plazo fue la difusión del laicismo hedonista²¹. La ideología autónoma de la televisión no sólo había dejado de coincidir con los postulados y los intereses de sus amos aparentes, sino que en realidad ya los había socavado. La legalización del divorcio expresaba el alejamiento de las masas respecto de la religión.

La Iglesia siempre funcionó como *instrumentum regni*, pero el neocapitalismo la volvió obsoleta como tal, porque ya no la necesitaba para afirmar valores; de

²⁰ Pier Paolo PASOLINI, *Sritti corsari*, ob. cit., págs. 59 y 81.

²¹ Paolo GINSBORG, *Storia d'Italia*, t. II, págs. 327-328, donde se retoma el mismo argumento evocando las reflexiones de Pasolini.

hecho, los que éste difunde son irreligiosos: el pragmatismo a ultranza, el espíritu técnico y totalmente mundanizado. La Iglesia había aceptado el fascismo italiano en el pasado, y ahora continuaba aceptando una civilización burguesa desarrollada que amenazaba sus fundamentos como ninguna otra y no le reservaba ningún espacio político esencial. Esto constituía un error histórico que acentuaba su anacronismo y anunciaba su declive institucional. La Iglesia libraba batallas propias del pasado. La familia ya no representaba el núcleo de la vida religiosa, sino el motor del consumo. La Iglesia no defendía siquiera el valor de la caridad: “Los católicos se han olvidado de ser cristianos” y en consecuencia no ofrecen ninguna alternativa al neocapitalismo, concluyó Pasolini. La caridad, era otro componente que debía ser rescatado del naufragio moral eclesiástico pues, en su opinión, los italianos habían abandonado la Iglesia por cosas aún peores: una nueva religión hedónica y materialista, alienante y total²².

El mundo campesino había sido el principal baluarte de la Iglesia, y Pasolini estimó que ella iba a compartir su mismo destino: la desaparición. En un artículo de 1974 se refirió a un curioso discurso del papa Paulo VI en Castelgandolfo, al que no identificó, y en el cual, de acuerdo con el resumen que ofreció, el papa reconocía que la Iglesia, por primera vez en la historia, había sido superada por el mundo. Su papel se había vuelto “incierto y superfluo” porque el poder “ya no tiene necesidad de la Iglesia, y la abandona a sí misma”²³. Paulo VI, siempre según este comentario, admitía que la Iglesia había perdido su prestigio y que con el “milagro económico” la pobreza había dejado de representar un tema central para ella. Pasolini era consciente de que la Iglesia difícilmente se reconocería en esta confesión de su jefe máximo. Aprovechó entonces para brindarle una salida a su crisis, entre cáustica y disparatada: si la Iglesia quería superar sus dilemas debería pasar a la oposición, porque el poder vigente la reducía a una función meramente folclórica. Y es que la Iglesia podría erigirse en una

“...guía, grandiosa pero no autoritaria, de todos aquellos que rechazan (y habla un marxista, y en tanto marxista) el nuevo poder consumista que es completamente irreligioso, totalitario, violento, falsamente tolerante, incluso más represivo que nunca, corruptor, degradante (nunca antes de hoy ha tenido tanto sentido la afirmación de Marx según la cual el capital transforma la dignidad humana en mercancía para el intercambio). Este es el rechazo que podría, por

²² Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., págs. 15, 32, 35 y 65.

²³ *Ibid.*, págs. 77-78.

tanto, simbolizar la Iglesia: retornar a los orígenes, vale decir, a la oposición y a la rebelión. O hace esto o acepta un poder que ya no la quiere; en otras palabras, se suicida.”²⁴

Más espinosa que su explicación acerca de las desventuras del “clerical-fascismo” sostenido por la Iglesia y la DC en el referéndum sobre el divorcio (y sobre la incapacidad del PCI para comprender su reales causas) fue la posición que adoptó en el debate sobre el derecho al aborto. En su opinión, los partidarios del aborto defendían una sexualidad sólo aparentemente libre; en el fondo impulsaban una “política del coito”, vacía de cualquier componente afectivo y esclava de los imperativos del consumo. Pasolini deploraba que la intelectualidad de izquierda hubiera suprimido de sus análisis el mundo de los sentimientos. Lo entendía como una reacción al falso sentimentalismo dominante en la vieja sociedad clerical y a su sacralidad supersticiosa y controladora. Pero esa actitud ya no era “progresista”, sino la rémora de un Iluminismo fosilizado y, al fin de cuentas, útil al poder vigente. Para Pasolini ya no había que temer el abordaje de los problemas sociales desde la mirada de la sacralidad (pues el consumo la había desechado), ni desde el ángulo de los sentimientos (porque el mundo humano se hallaba congelado afectivamente). Los hombres se habían transformado en “brutos y estúpidos autómatas adoradores de fetiches”²⁵. Estos déficits analíticos del Iluminismo también habían sido señalados, con un lenguaje más conceptual y menos desenfrenado, por la Teoría Crítica cuando caracterizó que un “yo débil”, rendido e identificado con el agresor, y siempre reproducido por la industria de la cultura, constituía la realidad psíquica dominante en la sociedad administrada.

Las mujeres no darían un paso hacia la emancipación si se admitía el aborto. Las réplicas que recibió Pasolini lo acusaron de misoginia y de proyectar un resentimiento derivado de su condición homosexual. El propio Pasolini admitió que podía ser catalogado como un “reaccionario de izquierda”²⁶. Pero argumentó que bajo el neocapitalismo los varones se hallaban “traumatizados por la obligación que les impone la permisividad; vale decir, la obligación de hacer siempre y libremente el amor”²⁷. Esta *obligación* de gozar también ha sido identificada como una causa de sufrimiento social en nuestras sociedades posmodernas, donde se volvió un imperativo generalizado. Un nuevo superyó exige el disfrute permanente, como

²⁴ *Ibid.*, pág. 80.

²⁵ *Ibid.*, pág. 34.

²⁶ Enzo SICILIANO, *Vita di Pasolini*, Milán: Rizzoli, 1981, pág. 442.

²⁷ Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., pág. 118.

escribió Slavoj Žižek, en claro contraste con los viejos ideales burgueses de auto-dominio y represión de las pulsiones²⁸.

La por entonces reciente, pero ya completa, fascinación popular por el consumo eximía al poder de ejercer su dominio mediante la coerción como había sido el caso bajo la dictadura de Mussolini, la cual nunca pudo controlar todas las mentalidades ni suprimir las resistencias. Ahora las conciencias individuales actuaban de manera espontánea en beneficio del poder y estaban movidas desde el interior de sí mismas, impulsadas por un deseo hipnótico de apropiación de lo superfluo. Este era el resultado “antropológico” del “milagro económico” que había conducido al país desde el mundo “antiguo” de la necesidad –con sus propias contradicciones: la represión generalizada, pero también sus valores humanistas– al indiferentismo público generado por la abundancia. El capitalismo de posguerra había arrasado con el mundo campesino, preindustrial y prenatal, de las *piccole patrie* del país, vale decir, con algo muy característico de la cultura italiana.

Italia había pasado abruptamente de la inocencia “antigua” a la corrupción “moderna”, y Pasolini se ubicaba en una posición política incómoda, a la vez crítica del vacilante reformismo del PCI y del ultraizquierdismo de la oposición extraparlamentaria. Como el antifascismo ya no tenía el mismo sentido que en otras épocas, se hacía preciso no cerrar el diálogo de los jóvenes atraídos por las rémoras del fascismo contemporáneo. El verdadero enemigo era otro. Porque, en verdad, apenas había distinciones entre esos jóvenes y aquellos otros situados en las antípodas, los antifacistas. Esos dos grupos no se diferenciaban ni en la actitud corporal, ni en la manera de vestir, ni en los consumos materiales o incluso culturales (la música que escuchaban, por ejemplo). Pasolini no creía aconsejable adoptar posiciones paternalistas o falsamente tolerantes con el vanguardismo político juvenil o evitar dirigirles provocaciones en los debates. Como se vivían tiempos *posfacistas* antes que antifacistas, la discusión pública con los jóvenes –independientemente de sus actitudes políticas– debía permanecer abierta.

²⁸ “El sujeto burgués liberal reprime sus deseos inconscientes por medio de las prohibiciones internalizadas y, como resultado de ello, su autocontrol le permite dominar su ‘espontaneidad’ libidinal. En las sociedades posliberales, sin embargo, la represión social ya no actúa bajo la apariencia de una Ley o Prohibición internalizada que exige renuncia y autocontrol; antes bien, asume la forma de una instancia hipnótica que impone la actitud de ‘ceder a la tentación’; es decir, su mandato equivale a una orden: ‘¡Goza!’” (Slavoj ŽIŽEK, *Las metástasis del goce. Seis ensayos sobre la mujer y la causalidad*, Buenos Aires: Paidós, 2003, pág. 31). En estos pasajes de su ensayo, Žižek alude a las nociones de tolerancia represiva de Marcuse y a la de regresión, un concepto clave de los análisis adonianos sobre psicología social.

El poder conformista del consumo se había demostrado infinitamente más eficaz para imponer su propia voluntad que cualquier otro poder histórico precedente, incluido el fascismo. El poder ahora vigente promovía el aislamiento de los individuos y lograba imprimir un giro conservador a sus ideales, fenómeno al que, por cierto, no era inmune el progresismo político. El conformismo de izquierda, que siempre existió, modulaba reproches a la distancia contra los jóvenes radicalizados —fascistas o no— y lo hacía desde posiciones cristalizadas; en cambio, para Pasolini resultaba inaceptable interrumpir el contacto directo con ellos. La relevancia histórica de los movimientos juveniles, sus energías contestatarias, muchas veces desviadas o barbarizadas, y su capacidad de dar testimonio en un futuro no se debía subestimar, puesto que, como declaró en una entrevista, esos jóvenes integraban “posiblemente la última generación que ve a los obreros y a los campesinos: la próxima generación no verá alrededor suyo más que la entropía burguesa”²⁹.

6. ENTROPIAS

La “revolución” o “mutación” antropológica de la que habló Pasolini obsesivamente en sus artículos fue el resultado de un proceso económico y político de enormes proporciones. En sus análisis de ella, reveló un uso personal y libre de saberes múltiples. Mezcló conceptos semiológicos con visiones económicas, aplicó nociones sociológicas o psicoanalíticas, procesadas de manera asistemática, para sostener observaciones personales o anécdotas que dramatizaba, y a menudo también proyectaba hacia la hipérbole. Su declarado comunismo le debía más a la frecuentación de las fragmentarias reflexiones culturales de Gramsci y a la herencia existencial de la resistencia contra Mussolini (en cuya lucha su joven hermano había dejado la vida) que a una lectura ordenada de Marx o de la tradición que se inspiró en él. Todo ello marca, por cierto, otra notoria diferencia entre su ensayística política y las elaboraciones de los teóricos de Frankfurt.

Los escritos de Pasolini se respaldan, ante todo, en reflexiones sobre la historia política y la coyuntura italianas, de la que extraen su indignación y su capacidad para la prognosis. Así llegó a vislumbrar el final del dominio “clerical-fascista”, establecido luego de la caída de Mussolini, y que durante décadas encontró en la Iglesia italiana y la Democracia Cristiana unos pilares inmovibles. Para Pasolini, el voto católico se hallaba ahora directamente sometido al capital, ya no al

²⁹ Citado por Enzo SICILIANO, *Vita di Pasolini*, ob. cit., pág. 398.

Vaticano, puesto que los electores “no son más católicos, sino democristianos”³⁰. El cinismo imperante en la nueva situación del capitalismo italiano constituía un rasgo básico de la “primera revolución de derecha verdaderamente grande” que se estaba produciendo ante las miradas confundidas del país, tanto de la izquierda del espectro político como de una vetusta derecha todavía inercialmente en el poder.

Se estaba fundando una cultura completamente inédita que cortaba vínculos con los lemas del pasado (ahorro y moralismo) y sumía a los hombres en lo imponderable (Pasolini perfilaba así aquello que, recién en la década de 1990, cierta sociología comenzó a denominar la “sociedad de riesgo”), arrojándolos a la sola satisfacción mediante el consumo. Esta situación parecía irreversible. Italia había entrado en la era del aburguesamiento “total y totalizante” y abrazaba una cultura consumista para la cual la democracia representaba una mera coartada. Sentía que lo rodeaba el más “degradado y degradante conformismo que se recuerde” cuya primera condición era una transformación moral cumplida, que se había basado en la más “enfática exigencia de tolerancia”. También para Pasolini el legado de la Ilustración mostraba ahora ese potencial destructivo que *La dialéctica de la Ilustración* había denunciado tres décadas antes.

En esa revolución de derecha se distinguían dos momentos: una revolución en los modos de producción y otra en el sistema de información. Por supuesto, la televisión había jugado en estas transformaciones un papel de primer orden. “No hay dudas (se lo ve por los resultados) de que la televisión es autoritaria y represiva como no lo fue jamás otro medio de información en el mundo”, afirmó³¹. En comparación, el recuerdo de la prensa fascista provocaba risa. Bajo este dominio inédito no “son concebibles otras ideologías que la del consumo”. Como la promesa hedonista del capitalismo no se realiza nunca, explicó Pasolini, la consecuencia es la neurosis masiva.

El fascismo se había vuelto un fantasma puramente nominal, y el antifascismo, en consecuencia, había dejado de tener sentido concreto. Alrededor de 1968 parecía que una revolución social estaba a la vuelta de la esquina, escribió Pasolini. Esa euforia, sin embargo, ya presentía la derrota; constituía una “especie de exorcismo y de adiós a las esperanzas marxistas” de parte de los jóvenes. La cultura de masas había dejado de ser clerical, moralista o nacionalista para volverse consumista y uniforme, pero la izquierda seguía intentando descifrar la realidad con categorías

³⁰ Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., págs. 90 y 92-93.

³¹ Pier Paolo PASOLINI, *Scritti corsari*, ob. cit., págs. 24-25.

anacrónicas. Pese a las pioneras investigaciones sobre los medios masivos de comunicación de intelectuales italianos como Eco, Anderson consideró que el PCI de la época seguía aferrado a una cosmovisión tradicional, propia de las élites, que situaba a la alta cultura humanística por encima de la atención hacia fenómenos “bajos” como la “americanización” de los consumos culturales de masas y el factor hegemónico que dentro de ellos desplegaba la televisión, pronto también monopolizada por las firmas de Berlusconi³².

7. ANTICIPACIONES

Pasolini era muy consciente de la ácida, a menudo violenta, reacción que iban a suscitar sus provocativas notas de prensa. Que las publicara en medios conservadores, como el *Corriere della Sera*, ofrecía el primer flanco para la polémica. Llegó incluso a predecir la caracterización que de él se harían sus críticos: un herético, “un comunista poco ortodoxo y que hace dinero con el cine”, una mezcla de algo bueno con “un poco de D’Annunzio”³³. Sus propuestas políticas eran propias de un moralista más que de un estratega, pero debe admitirse que, si en su momento sonaron extravagantes, lograron intuir lo que vendría.

Una de esas anticipaciones políticas, con la que machacó en varios de sus artículos, fue la de llevar a juicio a los jefes de la DC. Cinco lustros más tarde comenzarían en Milán los procesos conocidos como *mani puliti* que acabarían con la DC y con todo el sistema político, sólido en su anticomunismo y atravesado por una corrupción monumental, que había comandado la Primera República italiana desde el final de la Segunda Guerra Mundial. El PCI había entrado en crisis terminal poco antes, a partir de la caída del Muro de Berlín. La emergente Segunda República encontraría su símbolo unos años más tarde, cuando en enero de 1994 Berlusconi accedió al poder por primera vez con *Forza Italia*, “el primer partido en el mundo montado como si fuera una empresa”, cuyo triunfo resultaba inimaginable sin el dominio que su jefe ostentaba sobre los medios de comunicación, que pronto ampliaría burlando todas las regulaciones que la constitución del país estipulaba. Entonces fue claro para todos que un nuevo liderazgo, carismático y neo-autoritario, había surgido en Italia. Para esta forma de poder el aceite de ricino

³² Perry ANDERSON, *The New Old World*, Londres: Verso, 2009, págs. 329-330.

³³ Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., pág. 31.

fascista se había vuelto innecesario gracias al control de la imagen, los deseos sociales y la información³⁴.

Pasolini no podía aspirar al aplauso público cuando afirmaba que en cada italiano había ansias de conformismo y un rasgo fascista, o cuando declaraba que Italia era un país “ridículo y siniestro”, cuyos ciudadanos no lo eran menos, y que su cultura se había vuelto “niveladora, degradante, vulgar (en especial en la última generación)”. Tampoco cuando denunciaba que los jóvenes, aún los rebeldes, eran de un modo u otro adeptos al sistema (aunque en ocasiones rescatara a quienes se había aproximado al PCI) y estaban sustituyendo una cultura que no tenían, y las palabras de las que carecían para comunicarse, por el uso masivo de drogas. En un artículo propuso otro de sus programas delirantes, que contenía apenas dos puntos. El primero pedía la inmediata abolición de la escuela media obligatoria, puesto que era des-educativa. Si bien la escuela había mejorado formalmente el italiano de los jóvenes, también lo había estandarizado y castrado. El segundo punto exigía suprimir la televisión, a la que encontraba responsable del colapso final de “la edad de la piedad, y de iniciar en su lugar a la era de la *hedone*”³⁵.

8. CONTRASTES

¿Qué revelan los paralelismos entre el artista Pasolini y los filósofos de la Teoría Crítica? Las distancias entre ellos, políticas tanto como teóricas, resultan ostensibles; aunque, en muchos casos, ambas posiciones terminaron recibiendo análogas reacciones críticas a causa de sus posturas radicales: pesimismo político que derivaba en un reaccionarismo embozado, elitismo intelectual aislado de la vida social. La denuncia al conformismo popular y el talento para detectar grandes problemas de la época en los detalles de la vida ordinaria son de algún modo comunes en la prosa de Adorno tanto como en la de Pasolini. Más decisivo, la Teoría Crítica y las intervenciones periodísticas de Pasolini admiten una dialéctica entre las alienaciones vigentes bajo el fascismo y las realidades de la posterior democracia, una secuencia histórica compartida en la historia de Alemania e Italia.

Pasolini, que se definía todo el tiempo como marxista, se atribuía un reformismo luterano, no católico, esperanzado en las perspectivas que abriría un nuevo

³⁴ Perry ANDERSON, *The New Old World*, págs. 286-288 y 304. Sobre el colapso final de la izquierda italiana en 2008 y la caracterización del extremo conservadurismo de un país en el que uno de cada cuatro habitantes vive en la pobreza, cfr. págs. 316-324.

³⁵ Pier Paolo PASOLINI, *Lettere luterane*, ob. cit., págs. 162, 165, 186-187.

espíritu de trascendencia junto con la recuperación de la caridad y la piedad cristianas para un mundo laico. Aunque los motivos trascendentes no son ajenos a los pensadores de Frankfurt –desde el temprano mesianismo de Benjamin a las redenciones estéticas anheladas por el último Adorno– Pasolini postuló una menor distancia entre dichos motivos y su suelo religioso, en particular cuando reprochaba con acidez el silencio católico ante el consumismo. La presencia de una fuerte cultura católica en Italia señala, por supuesto, una clara diferencia respecto del contexto en el que actuaron aquellos filósofos alemanes. Pasolini se mostraba inclinado a discutir la autenticidad del mensaje propagado por la Iglesia y a defender una caridad bien entendida *vis-à-vis* la facticidad ya anacrónica de esa institución. Con ello, de algún modo, ponía de manifiesto su apego al mundo moral del Evangelio, al que consideraba traicionado por sus voceros oficiales.

A partir de una mención a su amigo, el novelista Alberto Moravia, aludió a un compartido “odio teológico al consumo”, en particular al modo italiano de consumir. Las certezas del progresismo anticlerical y antifascista, herencias Ilustradas, exigían una actualización radical, porque se basaban en un discurso “antiguo y mecánico”³⁶. Un común interés por la revisión crítica del legado Ilustrado, sistemática en los filósofos de Frankfurt, iracunda y ocasional en Pasolini, muestra tanto coincidencias como divergencias en sus respectivos énfasis. Si para Horkheimer y Adorno la herencia de la Ilustración derivaba en ambiciones de dominio integral, según Pasolini, en ella se debía desenmascarar, en primer término, su costado falsamente tolerante y obturador de las emociones.

Mientras que Adorno y Horkheimer parecían dar por cerrado el círculo de la dominación burguesa en su crítica de la industria cultural redactada durante el exilio californiano, Pasolini todavía creía que, para la misma época, una auténtica cultura popular aún pervivía en los márgenes de la Italia del fascismo y proponía una utopía sensual anclada en ese pasado próximo, enemiga del omnipresente consumismo. Pero no tardó en advertir el carácter ilusorio de ese rescate. Aquel pasado se había convertido en un mito personal antes que un posible motivo de inspiración para la sociedad. ¿Qué base social encarnaría entonces los deseos de transformación de lo existente? Pasolini se consumió en la busca de sujetos sociales confiables, no capturados por la mutación antropológica que deplora: los jóvenes de cualquier ideología con los que intenta mantener un diálogo sin concesiones, o los recuerdos de los subproletarios o los antiguos campesinos, de quienes ya no se

³⁶ *Ibid.*, pág. 199.

podía esperar nada. Este tipo de ilusiones había sido desechado tempranamente por los filósofos de Frankfurt, y en Pasolini podrían señalar un grado de desesperación política antes que una esperanza efectiva.

Cualesquiera hayan sido las deficiencias, o sean todavía las objeciones, a los análisis de Pasolini, lo cierto que hoy en día su expresión “mutación antropológica”, con la que se refirió a la condición de los italianos de su época, se sigue aplicando en los análisis que intentan desentrañar el *qualunquismo* específico de la era berlusconiana³⁷. La exigencia de renovación del discurso crítico que intentó con denuedo, y con mayor o menor fortuna política o teórica, continúa siendo una de las más productivas herencias de Pasolini. Y el tono en que ejerció el ensayo político –original y desafiante, radical y conservador, anti-italiano y a la vez representativo del talento nacional para la crítica feroz y la cáustica autocrítica– constituye acaso su legado más complejo de asumir y más rico en perspectivas. ¿Quién “continuará” a Pasolini?

³⁷ “La hegemonía ha pasado a la derecha. Su triunfo indica una revolución antropológica antes que política. La degeneración de la política es concausa y consecuencia de la misma”. Rossana ROSSANDA, “En los orígenes de la decadencia”, *Sin permiso*, Barcelona (5. 7. 2009) <http://www.sinpermiso.info/textos/index.php?id=2692> [consulta: 26. 3. 2011].

STRANGLING THE MALINCONTENTS: CRITICAL THEORY AND PSEUDO- CONSERVATISM TODAY

Ahogando a los descontentos: Teoría Crítica y pseudo-conservadurismo hoy

DAVID JENEMANN*

djeneman@uvm.edu

Fecha de recepción: 19 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 10 de octubre de 2011

ABSTRACT:

Theodor Adorno's work on radio often focused on the authoritarian effects of the medium. Nearly sixty-five years later, these writings have proven particularly vital to understanding the rise of the American Tea Party Movement. This prescience, coupled with the Tea Party's own "discovery" of Adorno and the "evils" of critical theory demonstrate the ongoing necessity of the Frankfurt School's project.

Key words: Tea Party; pseudo-conservatism; authoritarianism; radio.

RESUMEN:

Los trabajos de Theodor W. Adorno sobre la radio se centraron a menudo en los efectos autoritarios de dicho medio. Casi sesenta y cinco años después, estos escritos se han revelado particularmente vitales para la comprensión de la ascensión del movimiento americano del Tea Party. Esta anticipación, junto con el descubrimiento de Adorno y de las "lacras" de la teoría crítica por parte del Tea Party, revelan la persistente necesidad del proyecto de la Escuela de Frankfurt.

Palabras clave: Tea Party; pseudo-conservadurismo; autoritarismo; radio.

* University of Vermont.

Here is a test for followers of the contemporary American political scene: What year was the following description written?

The restlessness, suspicion and fear manifested in various phases of the pseudo-conservative revolt give evidence of the real suffering which the pseudo-conservative experiences in his capacity as a citizen. He believes himself to be living in a world in which he is spied upon, plotted against, betrayed, and very likely destined for total ruin. He feels that his liberties have been arbitrarily and outrageously invaded. He is opposed to almost everything that has happened in American politics for the past twenty years... Indeed, he is likely to be antagonistic to most of the operations of our federal government except Congressional investigations, and to almost all of its expenditures. Not always, however, does he go so far as the speaker at the Freedom Congress who attributed the greater part of our national difficulties to "this nasty, stinking 16th [income tax] Amendment."

If you guessed that this quotation came from the last five years and described a follower of the American Tea Party Movement, you'd be off—and by more than half a century. Instead, these words were written by the great US historian Richard Hofstadter in 1954 at the height of the McCarthy era in an essay describing the “dynamic of dissent” against both New Deal liberalism and traditional Eisenhower conservatism, dissent, Hofstadter claimed, “powerful enough to set the tone of our political life and to establish throughout the country a kind of punitive reaction”¹.

It is not surprising that this pseudo-conservatism Hofstadter describes resonates with the contradictory admixture of political and social beliefs advocated by today's Tea Party Movement, the political figures it courts (Sarah Palin, Rick Perry, Michelle Bachmann and others) and the media personalities who benefit from the furor they whip up (Rush Limbaugh, Glenn Beck, Andrew Breitbart). The quasi-libertarian, anti-tax rhetoric of the Tea Party and its “selective nostalgia”² for the U.S. Constitution has its analogs in the Cold-War era reactionary politics Hofstadter analyzes (“paranoid style,” he calls it). What perhaps will be surprising however is that Hofstadter “borrows” his critique of the inherent irrationality of

¹ Richard HOFSTADTER, “The Pseudo-Conservative Revolt” [1954-1955], *The American Scholar*, (Winter 2007), <http://theamericanscholar.org/the-pseudo-conservative-revolt/>.

² That TPM supporters simultaneously want to honor the founders' Constitution and alter the same document highlights the political flexibility of the symbols they draw on. The TPM supporters' inconsistent view of the Constitution suggests that their nostalgic embrace of the document is animated more by a network of cultural associations than a thorough commitment to the original text.” (Andrew J. PERRIN, Steven J. TEPPER, Neal CAREN, and Sally MORRIS, “Cultures of the Tea Party,” Conference Presentation, American Sociological Association, Las Vegas, August, 2011. Accessed via <http://perrin.socsci.unc.edu/9/22/11>).

the pseudo-conservative “from the study of *The Authoritarian Personality* published five years ago by Theodore [sic] W. Adorno and his associates.”

Hofstadter was onto something. When thinking about the continuing relevance of Adorno and the rest of his colleagues from the Institute for Social Research, it strikes me that in America the time is especially ripe to take a lesson from their sociological work on the phenomenon of authoritarianism and its irrational cultural and political manifestations. The 2012 election cycle should prove especially fruitful—if at the same time mind-boggling—for this field of inquiry. With viable US presidential candidates openly disputing the science of global warming (Perry), the teaching of evolution (Bachmann), and the very idea of a federal government as enshrined in the Constitution (take your pick), while at the same time invoking supernatural powers by praying for rain (Perry, again) or blaming God for making it rain (Bachman, again)³, American voters are being treated to —and in many quarters embracing— a slate of candidates who proudly eschew rationality. In this they are abetted by a mainstream media unwilling to challenge their wildest assertions and a more dogmatic, inflammatory group of personalities who fan the fires of anti-government conspiracies and vestigial anti-communist fears by couching their opposition to progressive taxation under the banner of “class warfare.”

Critical theory seems uniquely able to speak to these times. From the Institute’s pre-exile work on “Authority and the Family,” to their sponsored research projects in the United States, which came under the heading of “Studies in Prejudice” and finally to the “Group Experiment” led by Adorno and Friedrich Pollock, there is a clear and consistent preoccupation on the part of the “Frankfurt School” with the types of irrationality, nativism, and latent violence evident in social phenomena like the Tea Party Movement. And Adorno’s work is particularly acute when it comes to the cultural manifestations of these phenomena. What is curious is that —at least with regard to our present political moment— Adorno is at his most pertinent in some of his least well-known and less widely read works, many of them stemming from his often unhappy encounter with American social-science research methods.

³ As was widely reported, immediately after Hurricane Irene (a storm which caused extensive damage and flooding in my own state, Vermont) Bachmann told a group of elderly Floridians, “I don’t know how much God has to do to get the attention of the politicians. We’ve had an earthquake; we’ve had a hurricane. He said: ‘Are you going to start listening to me here?’ Listen to the American people because the American people are roaring right now.” In the interest of scrupulous inquiry, I should say that she later claimed she made that comment in “a humorous vein”.

To consider just one example: in the mid 1940s, Adorno produced a short monograph on the psychological techniques of the California radio demagogue Martin Luther Thomas. Adorno's project was at once an off-shoot of his earlier American work on radio and a logical extension of the Frankfurt School's ongoing commitment to the Studies in Prejudice series, a massive, multifaceted treatment of the roots, expression and effects of anti-semitism and bigotry in both Europe and—importantly—in post-war America.

Adorno's involvement with the project was extensive. Not only was he —famously— the “theoretical” voice of *The Authoritarian Personality*, as Max Horkheimer's right hand man, he was also in large part responsible for coordinating the efforts of the different authors and research teams, reading and editing manuscript drafts and interfacing with the various research bureaus and funding agencies who were stakeholders in the project, among them Paul Lazarsfeld's Bureau of Applied Social Research and the American Jewish Committee.

In *The Psychological Techniques of Martin Luther Thomas*, Adorno uses the proto-fascism of an obscure radio personality as a way to engage the culture industry *in extremis*, a fact he alludes to directly by linking his take on the pseudo-individuality Thomas promotes in his listeners to the “oppressed mimesis” articulated in *Dialectic of Enlightenment*. If, as Adorno writes in *Minima Moralia*, “in psychoanalysis, nothing is true except the exaggerations,” we could well say that for Adorno, in the critique of the culture industry, the only things true are likewise its most extreme cases. But these cases tend to cast a light on the whole organization of mass culture and political discourse as it articulates itself through various technological forms and distribution networks—what Adorno will elsewhere call the “physiognomy” of a given broadcast medium. Here there is a real consistency between *Current of Music*, the *Thomas* book and *The Authoritarian Personality*. And these texts bear revisiting, I believe, not merely as historical curiosities, but also for the way that in them —perhaps even more so than in *Dialectic of Enlightenment* or *Minima Moralia*, Adorno captures precisely the state of our own contemporary political discourse—one even more hyperbolic and reactionary than the one the Frankfurt exiles encountered 65 years ago.

Hence, in the *Thomas* book, Adorno summarizes Thomas' fears this way: “The nation is in dire jeopardy. The impending triumph of the devil in communism, the ‘progressive spirit’... and the plots of ‘those evil forces,’ all make for this disintegra-

tion”⁴. Compare this then to American media personality Glenn Beck’s claim during his rambling keynote address at the 2009 Conservative Political Action Committee (CPAC): “This is the disease. This is the disease in America. It’s not just spending, it’s not just taxes, it’s not just corruption. It is progressivism... Progressivism is the cancer in America and it is eating our Constitution.”

While the words are eerily resonant, what seems to be important here is not so much the substance but the style of these figures and what marks the necessity and salience of Adorno’s critique is the way that the demagogic techniques of one era mirror the other. Glenn Beck, Sarah Palin, and their ilk are masters, not so much of constructing coherent arguments for or (more likely) against a particular political position or ideology, but instead of a nearly aphasic associative technique in which the merest coincidences and contingencies are articulated as necessities and evidence for conspiracy (Witness Palin’s resignation speech when she left Alaska’s governor’s office or any of Beck’s weird philological blackboard lectures.) Here, Adorno anticipates both Hofstadter’s “paranoid style” and the Tea Party almost clairvoyantly:

It is one of the main tricks of... to dignify this atomistic thinking as a kind of intellectual process. By reproducing in his speeches the vagueness of a thinking process confined to mere associations... Thomas provides a good intellectual conscience for those who cannot think. He cunningly substitutes a “paranoiac” scheme for a rational process.

The ultimate aim of these strategies, Adorno claims, “is probably not so much the selling of false argumentation as the complete breakdown of a logical sense within the listeners and eventually the collapse of any meaning that the idea of truth may have for them”⁵.

And the stakes of these strategies become plain in the *Authoritarian Personality*: As Adorno and his colleagues explain in an oft-quoted section, the willingness to capitulate to irrational authority in one’s conscious life suggests an underlying tendency toward “violence, anarchic impulses, and chaotic destructiveness in the unconscious sphere.” And what’s liable to be destroyed by these barely contained impulses should they be unleashed is the very fabric of democracy itself: “The pseudo-conservative is a man who, in the name of upholding traditional American

⁴ Theodor W. ADORNO, *The Psychological Techniques of Martin Luther Thomas’ Radio Addresses*, (Stanford: Stanford University Press, 2000), 83.

⁵ *Ibid.*, 35-36.

values and institutions and defending them against more or less fictitious dangers, consciously or unconsciously aims at their abolition”⁶.

I am certainly not the first to notice Critical Theory’s relevance to contemporary political developments in the United States or the resonance with Tea Party rhetoric. Just as Hofstadter saw Adorno as the key to the critique of McCarthyism and the rise of the Goldwater Republican, scholars today are once again taking advantage of the insights of the Studies in Prejudice project and the Institute’s work in America to conduct a thoroughgoing analysis of a new breed of conservatives. Following in the wake of his translation and reconstruction of the *Gruppenexperiment* and *Guilt and Defense*, sociologist Andrew Perrin and his colleagues have begun an empirical analysis of the Tea Party Movement, in part using *The Authoritarian Personality* as their guide. And stalwart defender of critical theory Martin Jay has recently brought his considerable knowledge and theoretical sensitivity to bear on “the lunatic fringe” of American political culture⁷. But part of the reason why Perrin and Jay’s work is necessary is that the right has, perhaps inevitably, taken notice of the Frankfurt School and not surprisingly has been blaming it for many of America’s perceived ills from the breakdown of the family to the stupidity of the mass media (the latter is particularly curious given the usual reading of the culture industry critique as overly critical of popular culture).

Noteworthy among this era’s pseudo-conservatives is Andrew Breitbart, who, in his book *Righteous Indignation*, lays at the feet of Adorno, Horkheimer, Marcuse and their colleagues everything that has gone wrong with America in the last sixty years and suggests that their work in exile was a conspiracy to bring about the ills the Tea Party Movement fights against today. As the media watchdog organization, Media Matters, reported, in the advance proofs of the book, Breitbart’s “righteous indignation” regarding Adorno’s trenchant critique of his adoptive exile home shaded into exactly the irrational violence Adorno cautions against in his exile writings: “Adorno was wrong,” Breitbart claims in a section subsequently altered for final publication. “[California] was paradise. To the rest of the world, America’s vision was a vision of paradise. And these Marxists were here to try and destroy the

⁶ Theodor W. ADORNO et al., *The Authoritarian Personality* (New York, 1950), 675-76.

⁷ Martin JAY, “Dialectic of Counter-Enlightenment: The Frankfurt School as Scapegoat of the Lunatic Fringe,” *Salmagundi Magazine*, nos. 169-189 (Fall 2010-Winter 2011), <http://cms.skidmore.edu/salmagundi/backissues/168-169/martin-jay-frankfurt-school-as-scapegoat.cfm>

best lifestyle man had ever created. If I could go back in a time machine, I would go back to strangle these malcontents”⁸.

Given the virulence of the tea party’s rhetoric and the fact that it is now being used not only to whip up a pseudo-conservatism for our time, but to try to discredit the first –and still most salient defense against it, I propose that defenders of critical theory’s ongoing relevance should perform something like a “double switch.” We shouldn’t use critical theory to critique the Tea Party but instead, we should use the Tea Party to make a case for critical theory. Here I am following Jay’s lead when he suggests that the “lunatic fringe” pays Adorno et al. a back-handed compliment:

“If there is one positive implication of these developments, it is the perverse tribute today’s radical right pays to the School’s acuity in revealing the workings of their deplorable ideology and its origins in their political and psychological pathologies. In looking for a scapegoat for all the transformations of culture which they can’t abide, they have recognized the most acute analysts of their own condition. In the fog of their blighted understanding, they have discerned a real threat.”⁹

And it’s the very perversity of the radical right that suggests an equally perverse conclusion: It’s only critical theory at it’s most extreme—not the Adorno of *Minima Moralia* and *Negative Dialectics*, but instead the under-utilized Adorno, the discredited Adorno, the discarded Adorno—that can counter the extremity of our political climate. Beck and Palin, Breitbart and Perry make the case that the most outrageous parts of Adorno, his deepest cultural pessimism, his sociological doom-saying, are closest to the truth. Much of the historical dismissal of Adorno has turned on an assumption that human beings are too multi-faceted, too nuanced, too –we hope– rational for his direst pronouncements to be correct. Only the fringes of society work the way Adorno claims. But what the Tea Party Movement shows us is what happens when the fringes take over, a world in which only the exaggerations –but especially and horrifically the exaggerations– are true.

⁸ Jeremy SCHULMAN, “I Would Go Back To Strangle These Malcontents’: Andrew Breitbart’s First Draft”, *Media Matters* (April 29, 2011), <http://mediamatters.org/blog/201104290022>

⁹ Martin JAY: “Dialectic of Counter-Enlightenment”, ob. cit.

INDUSTRIA CULTURAL HOY. STEVE JOBS, UN EJERCICIO DE TEORÍA CRÍTICA

Culture Industry Today. Steve Jobs, an Exercise on Critical Theory

ENRICO DONAGGIO*
enrico.donaggio@unito.it

Fecha de recepción: 16 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 10 de octubre de 2011

RESUMEN

La interpretación de uno de los fenómenos más significativos de la industria cultural contemporánea -la vida, la muerte y los milagros del “gran” Steve Jobs- obliga a la teoría crítica a renovarse, alejándose del diagnóstico epocal más en boga actualmente: el del capitalismo como triunfo de los “últimos hombres” y de su pequeña felicidad.

Palabras clave: teoría crítica; capitalismo; últimos hombres; felicidad; Steve Jobs.

ABSTRACT

The article drafts an interpretation of one of the most outstanding phenomenon produced by contemporary cultural industry: the life, death and miracles of the “big” Steve Jobs. The occurrence of this phenomenon, the article argues, forces critical theory into a process of self-actualization and into a detachment from the prevailing diagnosis of our times, i.e. the diagnosis of capitalism as being the triumph of the “last men” and of their tiny happiness.

Key words: critical theory; capitalism; last men; happiness; Steve Jobs.

* Università degli Studi di Torino (Italia).

I

Antes de la teoría –independientemente de su lugar de nacimiento, su sentido o su motivación– está la pasión crítica. Su requisito de fondo es una vulnerabilidad implicada en los destinos generales, un sufrimiento capaz de reacción, una sensibilidad por lo negativo cargada de compromiso y esperanza. Su rasgo distintivo es la capacidad de percibir lesiones difusas en el tejido social, unida al talento para predecir el desarrollo de curaciones ejemplares¹; las líneas de fuga que transformaron dichos daños en cicatrices de un mal redimido, en memoria de un dolor del que se ha logrado escapar.

Como todas las pasiones, la de la crítica no permanece intacta ni se extingue nunca. La teoría es uno de los ambientes en los que se la elabora y protege, el lugar en que cobra forma, donde se la traduce a conceptos, imágenes, narraciones con múltiples fines: comunicársela a quien la alberga en estado bruto o no sublimado, transmitírsela a quien la posee sin saberlo, conservarla en periodos de latencia o represión. Su vitalidad favorece una relación exigente y confiada con el mundo. Juzga a los hombres con obstinación e intransigencia, no por lo que hacen, sino por lo que no hacen cuando se les ofrece la ocasión. Su objetivo es el rescate y la rebaja de la pena, no la sentencia capital. Consciente de ser un privilegio –no una misión, un oficio o una condena– considera el desánimo y la depresión como áridos recorridos inevitables, no como puntos para encallar o como desembocaduras absolutorias y finales.

La teoría que rescinde su vínculo con la pasión crítica se convierte en “tradicional”. Ya no está en grado de acoger la crítica ni de quedar impregnada por ella, por lo que se convierte en un hábitat desertizante e incluso funesto. Por el contrario, una teoría creativa puede estimular y fortalecer una pasión crítica que se va apagando. Este es un modo más de declinar la eterna cuestión de la relación entre ideas e intereses. No se trata de licuar la realidad en interpretaciones, sino de tomar conciencia de que toda época tiene una determinada cantidad de pasión crítica en circulación, y de que el tono que asumen las teorías que deberían ofrecerla un terreno fértil sobre el que echar raíces no deja de tener efectos sobre ella. En definitiva, una buena teoría crítica es uno de los elementos indispensables para que la pasión crítica pueda prosperar.

¹ Algunas sugerencias en esta materia, templadas de un modo diverso, pueden encontrarse en Peter SLOTERDIJK, *Crítica de la razón cínica*, Barcelona: Siruela, 2003.

Pero esto es algo que hoy, pese a que el estado del mundo implora indignación y toma de partido, parece echarse en falta. Muchas son las teorías críticas capaces de presentar una “descripción de las condiciones de vida social tan radicalmente nueva que, de improvisto, adquieren el significado de una condición patológica”. Pero denunciar el presente “debería despertar al mismo tiempo el deseo de un mundo distinto”², liberar la verdad y la seducción, la lucidez y el entusiasmo. Y esto no ocurre. Se abre una brecha entre crítica y vida, en la que la primera se reduce a rasgo distintivo y compensatorio de la segunda, a elemento virtuoso y virtuosista, pero en todo caso estéril. Con la consecuencia de que los diagnósticos epocales van perdiendo progresivamente capacidad de distinción y vigor, hasta el punto de converger en la visión del presente más en auge hoy en día y casi universalmente aceptada. Por ello suscitan el deseo de una crítica distinta.

II

Una inercia fatal marca y nivela las distintas interpretaciones de nuestra contemporaneidad. Escasean, porque se han desvanecido o porque han sido eclipsadas, las energías para transformar la realidad a mejor. Falta el interés, el impulso y el material humano necesario. En efecto, ¿cómo reactivar la imaginación y la esperanza social después de que el fracaso de una experiencia histórica enorme, aunque siempre limitada, se haya convertido en trauma histórico absoluto? ¿Cómo, después de que la perversión totalitaria de la idea comunista se haya transformado en fosa común para toda utopía y para toda práctica emancipatoria? Este es, entre otros, el resultado de una guerra no precisamente fría que ha consumido el siglo XX, marcando profundamente las pasiones individuales y colectivas, la confianza en uno mismo y la fantasía durante este primer tramo del nuevo milenio.

El retrato robot del alma occidental después de 1989 parece sancionar definitivamente la insensatez de toda tentativa ulterior en esa dirección. Hace tiempo que este cliché psico-político ha encontrado su manifiesto. Críticos de distinta finura y color lo suscriben con convicción, un dato asombroso tratándose de una comunidad lacerada por el narcisismo de las pequeñas diferencias como es la de los intelectuales. Demócratas sinceros o perplejos, guardianes de la revolución de derechas o de izquierdas, aristócratas con las mejores o peores intenciones: todos parecen

² Axel HONNETH, “Über die Möglichkeit einer erschließenden Kritik. Die Dialektik der Aufklärung im Horizont gegenwärtiger Debatten über Sozialkritik”, en *Das Andere der Gerechtigkeit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2000, págs. 70-87.

tener en el bolsillo la misma foto de familia de la tribu occidental; la perturbadora estilización de nuestro gusto de vivir, tal y como fue profetizada por Tocqueville hace casi dos siglos: “veo una inmensa multitud de hombres parecidos y sin privilegios que los distinguan, girando sin cesar sobre sí mismos en busca de pequeños y vulgares placeres con los que sacian su alma. Cada uno de ellos, retirado aparte, es extraño al destino de todos los demás”³.

El presente, y aún más el futuro, como paraíso o infierno de los “últimos hombres”; la mezquindad pequeño-burguesa como rasgo antropológico global. Como los condenados de la tierra que, en lugar de romper la baraja, intentan por todos los medios entrar dentro de los confines blindados de un régimen de apartheid planetario. Se trata del archi-conocido escenario del “fin de la historia”. Recuperado por un best-seller que ha sido desdeñado con excesiva ligereza, dicho diagnóstico se está revelando una de las trampas más insidiosas para la pasión crítica contemporánea. Aceptar y vencer el desafío que implica el dogma de Fukuyama –“Podemos imaginar mundos futuros que sean peores que el que conocemos [...]. Pero no podemos concebir un mundo que sea *esencialmente* distinto del nuestro y al mismo tiempo mejor”⁴– es, más que una elección, un gesto obligatorio para una teoría crítica del presente que no quiera verse condenada al consentimiento o convertirse en algo superfluo.

Disociarse del cuadro epocal más comúnmente aceptado hoy; articularlo, rectificarlo, deconstruirlo: esta es hoy la tarea prioritaria de quien quiera renovar la pasión de la crítica de un modo fecundo, repensando los modos de comprender y reintroducir una perspectiva de emancipación distinta de aquellas que fueron derrotadas en el pasado.

III

A modo de preliminar, una llamada al buen sentido metodológico. Recordar que las pasiones –incluida la pasión crítica– no son un material emotivo privado, sino que están fisiológicamente saturadas de historia, sociedad y política. Tienen una gradación térmica y cromática que debe ser medida con precisión y sensibilidad: desde la incandescencia hasta el hielo, del rojo al negro, pasando por los tibios

³ Alexis de TOCQUEVILLE, *La democracia en América*, vol. II, Madrid: Alianza, 1980, pág. 266 [traducción ligeramente modificada, N. del T.].

⁴ Francis FUKUYAMA, *El fin de la historia y el último hombre*, Barcelona: Planeta, 1992, pág. 84.

matices del gris⁵. Las pasiones están siempre inmersas en un espíritu del tiempo específico, que las plasma y las deforma en un modo difícil de registrar.

Las pasiones, por tanto, nunca se agotan del todo, sino que se encuentran siempre en una metamorfosis constante. Sus eclipses y aparentes triunfos deben imputarse más bien a deformaciones del punto de vista que a la naturaleza del fenómeno observado. Sólo cuando se mira a través de la lente roja y cálida de las pasiones emancipatorias tradicionales –esperanza, confianza en el progreso, deseo de felicidad, aspiración a lo mejor–, el paisaje social contemporáneo aparece como un desierto. Si se observa desde otros ángulos visuales, sirviéndose de una instrumentación teórica adecuadamente revisada, revela aspectos y potencialidades distintos.

En efecto, el espectro contemporáneo de las pasiones conoce otras tonalidades; menos agradables para quien mira desde la izquierda, pero abrasadoras. En primer lugar las pasiones grises, aglutinadas en una indiferencia *sui generis*. No son fruto de una ausencia de implicación, sino de un aborrecimiento que ha renunciado incluso a conceder al mundo el honor de la rabia. No son producto de un vacío o de una ausencia de deseo, sino de un intenso trabajo emotivo. Necesario para proteger del dolor causado por una vida social incapaz de ofrecer ocasiones de cierta grandeza o dignidad. Para tener paciencia, no para resignarse. Esta indiferencia testimonia la capacidad de soportar, sin renunciar, *en attendant*, a escavarse un refugio, un pequeño nicho de vivibilidad y satisfacción que permita incluso amar el mundo, no solo adaptarse a él o rechazarlo.

Después están las pasiones negras, más encendidas e incandescentes que nunca. Son las pasiones del mito, de la ley y del orden; pero también de la excepción que se destaca sobre la mediocridad difusa. Anhelos de grandeza que sólo pueden triunfar de forma lívida y exánime: el rencor, el resentimiento de los penúltimos a costa de los últimos, que siempre son percibidos como amenaza, nunca como oportunidad. Una condición contaminada por un turbio malestar que, de forma esporádica, sin una razón definida, irrumpe en explosiones de insubordinación ciega y rabia sin proyección ni perspectivas. Quien es capaz de apelar hoy a estas pasiones conquista masa y poder⁶.

⁵ Remo BODEI, “Il rosso, il nero, il grigio. Il colore delle moderne passioni politiche”, en S. Vegetti Finzi (ed.), *Storia delle passioni*, Roma/Bari: Laterza, 1995, págs 315-355.

⁶ Cfr. Aldo BONOMI, *Il rancore. Alle radici del malessere del Nord*, Milán: Feltrinelli, 2008; Marco REVELLI, *Poveri, noi*, Turin: Einaudi, 2010. Para una visión más general Stefano TOMERELLI, *La società del risentimento*, Roma: Meltemi, 2004; Peter SLOTERDIJK, *Ira y tiempo*, Madrid: Siruela, 2010.

Por tanto las pasiones extinguidas son menos numerosas y menos intensas de cuanto podría parecer. Cuando las pasiones se materializan en praxis, cuando se convierten en sociedad, revelan un momento crítico muy valioso que articula síntomas o pronuncia veredictos sobre el mundo. Ya sólo por este motivo no deberían ser ignoradas o liquidadas de forma precipitada, ideológica o cómplice. Los “últimos hombres” de los que hablan casi todos los diagnósticos epocales hoy en el mercado –toda contradicción resuelta, toda necesidad satisfecha, una felicidad pequeña y mezquina que hay que consumir día tras día– no agotan ni desertizan el potencial de emancipación del presente. Un ejercicio de teoría crítica a partir de un fenómeno significativo de la industria cultural contemporánea –la vida, la muerte y los milagros de Steve Jobs– obliga a afrontar estos temas y a ofrecer algunos elementos para sostener esta posibilidad.

IV

Intelectuales de todos los credos lo repiten de todas las maneras posibles. Uno de los dramas de esta época estaría ligado al hecho de que no tenemos la posibilidad de experimentar algo realmente grande, que nos permita mejorar la cualidad y el gusto de nuestra existencia. La mediocridad vulgar se extiende a lo largo y ancho del horizonte; nada noble o exaltante por lo que vivir, luchar o morir. Sí, la “grandeza”: el denominador común, en su ausencia, de las pasiones entre el gris y el negro. Una idea y un modo de estar en el mundo típicamente de derechas –conservador, aristocrático, incluso un tanto fascista–, del que una pasión y una teoría crítica de izquierdas podrían prescindir tranquilamente. Tradicionalmente, “grande” puede significar dos cosas: aquello que nunca lograré ser, alguien absolutamente mejor que yo; o aquello que nunca podré derrotar en una competición, alguien relativamente mejor que yo. En ambos casos se trata de alguien al que se mira desde abajo y a quien se debe el máximo respeto.

A nuestra época no la faltarían tan sólo grandes personajes –individuos dignos de admiración, de imitación o de envidia⁷–, sino también los dos requisitos fundamentales para poder acceder a la experiencia misma de la grandeza: la idea de que la vida no es lo más importante (quien es verdaderamente “grande” arriesga y sacrifica su existencia por el honor, la dignidad u otras nobles causas, mientras que los últimos hombres viven al día, aceptando cualquier acuerdo o disminución); la idea de que la vida sea una competición en la que vence el mejor (quien es verda-

⁷ Elena PULCINI, *Invidia. La passione triste*, Bologna: Il Mulino, 2011.

deramente “grande” siente la necesidad de afirmarse y destacar, mientras que los últimos hombres cultivan la igualdad de oportunidades: solidarios, igualitarios y pacifistas, siempre a temerosa distancia del conflicto, la violencia y la guerra)⁸.

Después, un buen día, muere Steve Jobs y descubrimos –a partir de comentarios y reacciones– que encarnaba estos dos tipos de grandeza en un sincretismo post-moderno que roza el límite del kitsch. Que incluso los calumniadores de profesión lo consideraban *bigger than life*, alguien realmente grande al menos en algo. Un poco asceta y un poco hombre-record, un guerrero zen que, durante décadas, ha flirtado con la genialidad y la muerte. Pero sería un error intentar comprender esta paradigmática anomalía preguntando: “¿quién era en realidad Steve Jobs?”.

En este como en muchos otros casos lo más útil no es plantear la pregunta desde abajo hacia arriba, siguiendo un estilo al que la crítica de izquierdas se ha mantenido fiel durante siglos, coleccionando presunciones, connivencia y aborrecimiento: desenmascarar el poder con el saber de los últimos hombres, del que se poseería misteriosamente la verdad y el monopolio⁹; condenarlo a la luz de la experiencia de los humillados y los dañados. Se trataría más bien de invertir la perspectiva: ¿qué sabe el poder de nosotros? ¿Qué ha aprendido del modo en que lo criticamos? ¿Qué ha intuido de los deseos que teníamos, sin saberlo siquiera, y que ahora parecen necesidades irrenunciables? ¿En qué ha logrado convertirnos, contando con nuestra complicidad, a menudo involuntaria? En definitiva, la pregunta que habría que plantear sería: “¿quiénes éramos nosotros para Steve Jobs?”.

V

La respuesta a preguntas de este tipo resulta generalmente demasiado elemental o humillante como para conquistar la atención de mentes que están siempre en busca de interpretaciones radicalísimas, a distancia sideral de los bajos fondos de la realidad cotidiana. Esto queda en evidencia, por ejemplo, el día en que un diputado de una fuerza política populista y triunfadora pierde por ahí los consejos secretos del Líder Máximo a sus peones: “Considerad a vuestros potenciales votantes como niños de ocho años... no particularmente inteligentes”. Y se ratifica cuando uno se detiene a observar por un momento, con los ojos de un extraterrestre

⁸ Sobre la tipología más ambigua e interesante de esta posición, cfr. Dimitri D'ANDREA, *L'incubo degli ultimi uomini. Etica e politica in Max Weber*, Roma: Carocci, 2005.

⁹ A este respecto es muy interesante la conversación entre Luc BOLTANSKI y Axel HONNETH, en R. Jaeggi y T. Wesche (eds.), *Was ist Kritik?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2009, págs 81-114.

curioso, el contenido de la publicidad de las mercancías hoy más lanzadas a la caza de clientes: teléfonos, automóviles, bancos. Sin embargo el problema es que los mensajes y estrategias de este tipo funcionan incluso demasiado bien. Hacen vender y votar a una masa de personas entre las que –muy probablemente– se cuentan también los incorruptibles deconstructores de estas vulgaridades. Denunciando una ruptura entre crítica y vida, entre representación virtuosa de sí mismo y comportamiento efectivo que, con un eufemismo compasivo, se podría denominar esquizofrénica.

Steve Jobs no nos ha humillado y envilecido hasta este punto. Lo ha hecho de un modo más tramposo, pero propulsor de la esperanza. Ha captado nuestra necesidad insatisfecha de grandeza, de una condición más digna; y cierto que –a diferencia de lo que predicán los fustigadores del presente de todos los colores políticos– contábamos con las energías y las pasiones para perseguir dicha necesidad. Y la ha colmado, en vista de su indiscutible éxito, creando la religión de la mercancía perfecta.

Su divinidad es el prefijo que se antepone a todos los productos Apple; siempre el mismo, se trate de Phone, Pod o Pad: i, letra y pronombre rigurosamente minúsculo, un yo menor. Sus medios de salvación constituyen una gama de productos que –a condición de no forzar el horizonte de expectativas del capitalismo– producen algunos de los efectos de una experiencia de sí mismo y del mundo connotable, aún de forma problemática, como “grande”: esnobismo de masas (el propietario de un Mac puede satisfacer un deseo de distinción y superioridad al alcance de casi todos los bolsillos); estetización de la cotidianeidad (en tanto que obra maestra serial, el producto apple lleva la tecnología a un territorio híbrido entre el arte y el auto-erotismo); necesidad de pertenencia (la comunidad Apple se basa también en la fe ciega e incondicionada, como prueban los millones de iPad vendidos en un suspiro a quien literalmente no sabía lo que estaba comprando); necesidad de dispensa y justificación moral (los productos Apple son los más resplandecientes entre las mercancías opacas; el rastro ético de su proceso de producción desemboca en la sangre –Foxconn, Shenzhen, China–, pero las conciencias *politically correct* de sus usuarios finales, curiosamente, no quieren saber nada de ello).

Steve Jobs, en definitiva, comprendió que el capitalismo es una religión –lo escribía Walter Benjamin hace ya casi un siglo¹⁰– que se alimenta de una promesa

¹⁰ Walter BENJAMIN, “Kapitalismus als Religion”, *Gesammelte Schriften*, Bd. VI, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1985, págs. 100-103.

de redención y de felicidad; una promesa privada y que puede capitalizarse en metálico, pero no por ello menos intensa y seductora para las masas que aquella promesa derrotada en el curso de la guerra fría que ha incendiado el siglo XX. Y, sobre todo, aún enormemente vital, pese a las infinitas perversiones y traiciones de las que ha dado prueba. Steve Jobs convirtió esta intuición en una colosal fuente de riqueza para él, dejándonos como propina un regalo ambiguo.

VI

En efecto, ¿cómo valorar y criticar estas mercancías que, pese a todas las críticas y la lucidez, van colonizando cada vez más la vida? ¿Cómo juzgar la mutación antropológica más reciente, que hemos buscado y padecido, una transformación de la que Jobs ha sido, si no el artífice, sí quien la ha facilitado y explotado de modo decisivo?

En definitiva, ¿con qué ojos mirar esta escena de ordinaria postmodernidad? Un joven medio, medianamente desocupado y flexible, medianamente guapo y a la moda, medianamente confuso e indignado, engulle una cerveza junto a sus semejantes, en la acera frente a un local, en la desolación de una ciudad cualquiera. Habla y no escucha, mira y no ve, de vez en cuando ríe o hace fotografías sin saber por qué. En sus orejas la música, en sus manos el teléfono, en su bolsa la tableta y el portátil. Él y los que le rodean llaman a esta situación *Happy Hour*. ¿Quiénes son? ¿Siervos voluntarios y felices que ostentan sus cadenas, hechas de *gadgets* alienantes, el sueño confeso de todo amo? ¿O yos menores, el malogrado ensayo general de un modelo de felicidad y grandeza que aún debe ser inventado? Gente que está esperando algo, matando el tiempo.

Todas las pasiones están concentradas en el culto de mercancías perfectas, lo mejor que el capitalismo puede venderles. Pero se trata de energías renovables, en espera de una fantasía crítica y de una valentía política que les ofrezca alternativas más nuevas, grandes y capaces de infundir entusiasmo que las que caben en la pantalla de un ordenador o en el recuadro de una papeleta electoral. Se trata de una posibilidad y de una clave de lectura —soy perfectamente consciente— fruto casi exclusivo de un optimismo desesperado. No por inclinación del espíritu o por falta de sentido de la realidad, sino porque es una de las pocas esperanzas que nos quedan para no desesperar para siempre.

Uno de los grandes méritos de la teoría crítica ha sido el desenmascaramiento, la deconstrucción de las ilusiones con el propósito de liberar las mejores energías

del presente. Pero hoy esta actitud y sus consecuencias han perdido credibilidad y fascinación, sobre todo para los más directamente interesados. Lo ha captado bien el autor de una novela que obsequia a su personaje, una estudiante, con un juicio letal sobre un estilo cultural y sus consecuencias para quien lo sigue practicando: “Lo que saben de las cosas de la vida no les sirve para nada, y no les hace ni siquiera ser felices: sea lo que sea lo que han comprendido, no les ha cambiado el modo de estar en el mundo”¹¹.

Lo que hoy está juego para toda tentativa de renovar la teoría crítica es algo parecido a una pasión del presente. La capacidad de reinventar retazos de rabia, felicidad y amor para un mundo que, de primeras, genera sólo indiferencia o un aborrecimiento apático. Haría falta una nueva cultura, distinta, capaz de unir al tradicional rasgo virtuoso -arrebatar la apariencia de fatalidad a la realidad y a la vida, privarlas de su carácter de destino inexorable- una capacidad de infundir entusiasmo que está aún por inventar¹².

Traducción del italiano: Jordi Maiso

¹¹ Domenico STARNONE, *Solo se interrogato*, Milán: Feltrinelli, 1995, pág. 7.

¹² Cfr. Enrico DONAGGIO, “Il comunismo come verità e come seduzione”, *Alfabeto2*, 10, 2011, pág. 12.

CINE E INDUSTRIA CULTURAL. ALEXANDER KLUGE

Film and Culture Industry. Alexander Kluge

MARÍA AYLLÓN*
mayllonb@gmail.com

Fecha de recepción: 9 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 5 de diciembre de 2011

RESUMEN

El concepto “industria cultural” se ha reformulado a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, alejándose del significado con el que fue pensado por Adorno y Horkheimer en 1944. El presente artículo pretende recordar algunas de las claves de este concepto, muy especialmente en relación al cine, para después plantear su relación con las propuestas alternativas del realizador y escritor Alexander Kluge.

Palabras clave: industria cultural; cine; montaje; espectador.

ABSTRACT

The concept “cultural industry” has reached a new meaning along the second half of the twentieth century, in a very different way as it was thought by Adorno and Horkheimer in 1944. This article tries to bring back some of its conceptual keys, especially those related to cinema, in order to connect them with the oppositional proposals of the film maker and writer Alexander Kluge.

Key words: cultural industry; cinema; montage; spectator.

* Universidad de Salamanca.

"I don't believe in the existing circumstances; rather, I believe in the porosity of the existing situation, at least when I can make it out"
Alexander Kluge¹

De manera análoga a lo que ocurre con cierto tipo de conceptos fundamentales para determinadas corrientes teóricas, el de "industria cultural" ha sufrido un progresivo proceso de desvirtuación y degeneración que poco tiene que ver con las intenciones críticas con las que fue formulado. Dos décadas después de la redacción de *Dialéctica de la ilustración*, Adorno explicaba por qué Horkheimer y él acuñaron este concepto y no otro. En esta aclaración se configura ya la relevancia del componente crítico:

"En nuestros borradores hablábamos de "cultura de masas". Pero sustituimos esta expresión por "industria cultural" para evitar la interpretación que agrada a los abogados de la causa: que se trata de una cultura que asciende espontáneamente desde las masas, de la figura actual del arte popular."²

Tal perspectiva parece hoy totalmente olvidada. Irónicamente, en el uso cotidiano del concepto esta distinción entre "industria cultural" y "cultura de masas" queda por completo anulada; se presupone como principio que son los espectadores los que configuran, mediante sus elecciones y gracias a la leyes del mercado, lo que la industria ofrece. La relación entre oferta y demanda dentro de la industria cultural, así como hasta qué punto ésta se sustenta en las necesidades de los espectadores, está cuidadosamente tratada en *Dialéctica de la Ilustración*³. Sin embargo, en los debates culturales aparecidos en los medios de comunicación más difundidos no se pone nunca en duda la tesis de que el consumidor manda, hasta el punto que se han convertido en frecuentes expresiones como "premiar" o "castigar" en la taquilla o en las listas de ventas.

En su uso común, absolutamente popularizado, el concepto de "industria cultural" refiere a las producciones culturales en general, aunque muy frecuentemente se utiliza tan sólo para los productos de gran difusión entre el público, expresando

¹ Stuart LIEBMAN y Alexander KLUGE, "On New German Cinema, Art, Enlightenment, and the Public Sphere: An Interview with Alexander Kluge", *October*, vol. 46, Otoño de 1988, pág. 38.

² Theodor W. ADORNO, "Resumen de la industria cultural", en *Sin Imagen directriz. Parva Aesthetica*. Publicado en *Obras completas, volumen 10.1*, traducción de Jorge Navarro Pérez. Madrid: Akal, 2008, pág. 295.

³ Cfr. Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, traducción de Juan José Sánchez. Madrid: Trotta, 2006., pág. 178. Sobre la necesidad de la industria cultural, cfr. *ibid.*, pág. 183.

así la idea de que aquellos tenidos por minoritarios (cualquiera al que se le coloque la etiqueta de “independiente”) se sitúan al margen de esta industria. La expresión ha pasado a formar parte del vocabulario habitual de políticos y empresarios; de hecho, el Ministerio de Cultura en España cuenta con una Dirección General de Política e Industrias Culturales⁴. El concepto queda por completo asumido, de forma que se cumple (con quizá más radicalidad de la prevista) la siguiente afirmación de *Dialéctica de la Ilustración*:

“El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.”⁵

Lo problemático no sería entonces simplemente la utilización del término (tal y como se afirma en el texto, desde los años 40 del siglo XX se ha hablado de “industrias cinematográficas”) sino tal vez la total absorción que supone tal generalización de las llamadas “industrias culturales”, desprovistas desde luego de cualquier tipo de connotación. Al mismo tiempo, como también acabamos de mencionar, este uso del concepto ampara (precisamente al considerarlas fuera de ella) a las producciones que se realizan “al margen de la industria”; producciones que no hacen sino cubrir los posibles vacíos que la excesivamente explícita voluntad lucrativa y de espectáculo del mercado habitual pudiera generar entre determinados sectores del público. Por todo esto, parece que una revisión de “Industria cultural” tal y como fue escrita por Adorno y Horkheimer en 1944 se torna no sólo necesaria, sino imprescindible para poder elaborar una perspectiva crítica de la oferta cultural en nuestros días.

Convendría entonces situar en un primer plano el carácter absolutamente expansivo de la industria cultural. El mencionado capítulo de *Dialéctica de la Ilustración* comienza con una reflexión en torno al urbanismo que pretende dar idea de hasta qué punto los momentos más privados de la vida del individuo se ven planificados como parte de un todo organizado. Las “células-vivienda”⁶ (que se repiten como copias por todas partes, estableciendo los núcleos de población que

⁴ El actual debate abierto en torno a los derechos de autor ha supuesto que la expresión “industria cultural” sea utilizada, defendida y atacada desde diversos puntos de vista, pero sin embargo no ha traído consigo un verdadero marco de reflexión desde el que analizarla.

⁵ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, ob. cit., pág. 166.

⁶ *Ibid.*, pág. 166.

quedan diferenciados de los núcleos de trabajo) constituyen mucho más que una metáfora de esta gestión de lo que aún se llama espacio privado. A la hora de evaluar en qué medida la industria cultural está completamente presente se deberían tener en cuenta, por tanto, no sólo los elementos más representativos (tales como el cine, la televisión o la literatura), aquellos a los que probablemente se refieren las instituciones culturales al hablar de industrias, sino todo el mecanismo de gestión del ocio que éstas llevan aparejado y cuya percepción es mucho menos evidente. Incluso cabría preguntarse si la enorme distribución de productos culturales a la que hoy se tiene acceso no contribuye también a esa sobresaturación de mercancías, a esa omnipresencia de los bienes culturales o de entretenimiento. Como consecuencia, Adorno y Horkheimer se referían ya en *Dialéctica de la Ilustración* a la ansiedad producida por el exceso de productos que se ofrecen al consumidor; oferta que, lejos de enriquecer la capacidad de elección de éste, provoca la necesidad compulsiva de acumular y consumir:

“En la medida en la que la cultura se presenta como añadidura o extra, cuya utilidad privada y social está, por lo demás, fuera de toda cuestión, la recepción de sus productos se convierte en percepción de oportunidades. Los consumidores se afanan por temor a perder algo. No se sabe qué, pero, en cualquier caso, sólo tiene una oportunidad quien no se excluye por cuenta propia.”⁷

De forma que, a pesar de verse convertidos en mera mercancía, las mercancías de la industria cultural mantienen la pretensión ilusoria de ser algo más, un producto diferenciado precisamente por esa “utilidad privada y social” que no se pone en entredicho. Suprimido por completo el valor de uso de tales productos, transformados definitivamente en mero valor de cambio, los bienes culturales son publicidad en sí mismos. Y lo son hasta el punto, extremadamente efectivo, de que consiguen presentarse como oportunidades. De este modo, mantienen aún cierto carácter trascendental que es el que permite catalogarlos como bienes culturales y no de otro tipo; carácter que se mantiene inalterable en la concepción que hoy día se tiene de dichos productos. Así, la ansiedad que produce el acceso inagotable e incontrolable a estos recursos viene justificado, incluso validada, por el hecho de que sean cultura⁸.

⁷ Ibid., pág. 206.

⁸ Incluso ante la indudable ampliación del acceso a productos culturales que posibilitan las nuevas tecnologías cabría preguntarse por cómo se mantienen los criterios de la industria. En un aparentemente infinito escaparate de posibilidades, las opciones más valoradas siguen siendo aquellas que lo eran también en otros canales de difusión. La diferencia entonces pasa a ser de grado y no lo sufi-

Esta omnipresencia de la industria de la cultura responde, como ya quedó mencionado, a una organización perfectamente planificada de los espacios más privados de la vida del individuo (espacios que, en la sociedad actual, vienen definidos o como ocio o, más explícitamente, como tiempo libre del trabajo remunerado). Tal organización no supone sino la sustentación del tiempo contrario, es decir, del tiempo del trabajo y, de una forma mucho más compleja, de los entramados sociales y económicos que lo configuran. De esta manera, el que la industria cultural opere como un todo articulado e impenetrable no tiene tan sólo una perspectiva de cuota de mercado, sino que cumple una función muy concreta dentro de la sociedad. Es por esto que las propuestas que no se adecuan a ella quedan fuera de la misma, pero (siempre según las reglas del libre mercado) no porque se les ejerza una censura explícita, sino porque no hay lugar para ellas. Para llenar este vacío, y para perpetuar vagamente la necesidad de un sustento cultural o incluso artístico, la industria termina por aceptar dentro de sí determinado tipo de productos que pudieran resultar algo más atrevidos o innovadores. Estos productos, previamente desarticulados de su posible función crítica, pasan así a formar parte de este mismo todo.

La industria cultural impone su propia técnica de producción, que como se ha visto hasta ahora no es en absoluto arbitraria. La conocida centralidad del cine en el análisis de Adorno y Horkheimer tiene mucho que ver con esta forma de hacer imperante. Allí, se sitúa como gran innovación técnica y, al mismo tiempo, como enormemente representativo de la industria cultural por sus posibilidades de reproductibilidad y su impacto social. Pero el aspecto central del cine dentro de este sistema viene en realidad garantizado por su misma materia constitutiva: las imágenes en movimiento. Desde sus comienzos el desarrollo del cine comercial ha tenido como una de sus preocupaciones fundamentales la presunción de realismo; ya en las primitivas atracciones de feria, las proyecciones cinematográficas ofrecían al espectador la ilusión de un pequeño fragmento de realidad enlatado y presentado mágicamente ante sus ojos. En este contexto sitúan Adorno y Eisler los inicios de la música en el cine:

“Como originalmente el cine estuvo asociado a la feria y al entretenimiento (...), se quiso ahorrar al espectador la molestia de ver las imágenes de unos hombres

cientemente sustancial como para poder plantearnos un verdadero cambio en el consumo y apreciación de los bienes culturales.

que se movían, actuaban e incluso hablaban, pero que, al mismo tiempo, estaban mudos. Vivían y al mismo tiempo no vivían, de ahí es lo fantasmagórico, y la música no pretendía tanto otorgarles la vida que les faltaba (sólo podría hacerlo en caso de una voluntad ideológica) como apaciguar el miedo y calmar el *shock*.”⁹

La centralidad de la representación se acentúa a medida que el cine deja de ser entretenimiento de feria y se convierte en industria del espectáculo. Los más importantes avances técnicos en la época clásica de los grandes estudios (la incorporación primero del sonido¹⁰ y más tarde del color) fueron encaminados a acentuar esta sensación en el espectador. Con ello quedaría reforzado un tipo de consumo de los productos cinematográficos basado, sobre todo, en la búsqueda de reacciones empáticas en el público y en la aceptación puramente sentimental y acrítica¹¹. En palabras de Adorno y Horkheimer, “la tensión que se crea es, por cierto, tan automática que no necesita ser actualizada, y sin embargo logra reprimir la imaginación”¹².

Este tipo de producción supondría el modelo perfecto para la industria cultural, tal y como ha ido perfilándose hasta ahora. En su objetivo de generar mercancías para el tiempo de ocio que sean de consumo rápido el cine sonoro, siguiendo a Adorno y Horkheimer, sería el medio perfecto. Pero no sólo por su constitución técnica, sino que lo que se denominaría su contenido está también regido por estas mismas normas. En realidad, podría decirse que no existe tal contenido, si por él entendemos el aspecto temático diferenciado que cada producto ofrece. Al contrario, el gran logro de la industria cultural sería precisamente el poner a la venta

⁹ Theodor W. ADORNO y Hanns EISLER, *Composición para el cine*, traducción de Breixo Viejo Viñas; en *Obras completas 15*, Madrid: Akal, 2007, pág. 75.

¹⁰ Un ejemplo paradigmático (y muy repetido) de la importancia de estas innovaciones técnicas es la reticencia de Charles Chaplin hacia las nuevas producciones sonoras. Al respecto, Eric Rohmer afirma lo siguiente: “Se ve que Chaplin (...) aporta con mucha humildad su respuesta a la pregunta de las preguntas, para cualquiera que haya practicado -o amado- el cine antes de 1930 y que pretenda practicarlo -o amarlo- todavía: ¿cómo conciliar el espíritu del gag, su fantasía y su poesía con el naturalismo obligado del cine actual? No es que la expresión visual se vea disminuida por la presencia del sonido: hay gags audiovisuales de gran eficacia, en los hermanos Marx por ejemplo. El antagonismo no está entre sonido e imagen, sino entre un espacio-tiempo reconstruido y dominado, cuando no falseado, y un mundo que se presenta, incluso cuando no lo es, como un calco exacto de la realidad que, en principio, 'no es divertida'". Eric ROHMER, "La condesa de Hong Kong", en A. Bazin, *Charlie Chaplin*, traducción de Xavier Aleixandre, Barcelona: Paidós, 2002, pág. 122.

¹¹ Hoy los avances tecnológicos en la industria cinematográfica se orientan en realidad hacia los mismos fines; para volver a llenar las salas de cine, se utiliza el reclamo de las proyecciones en tres dimensiones que supuestamente permitirán al espectador una total inmersión en la película.

¹² Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, ob. cit., pág. 171.

productos que son tan sólo mera mercancía, sin ningún tipo de valor de uso; su finalidad no consistiría más que en el hecho de entrar en el mercado y dentro de él ser intercambiados. Lo que comúnmente denominaríamos contenido sería por tanto nada más que publicidad de la propia mercancía y de otras similares; y con ello, del sistema económico-social que las ha generado y que se sustenta, precisamente, en este tipo de producción y compraventa de mercancías. Ante la complejidad del sistema económico, también el funcionamiento interno de la industria de la cultura se enmaraña progresivamente; aparecen vinculados a la cultura formas de difusión pública que camuflan esta caracterización de los bienes culturales como mero negocio. Al no percibirse directamente el pago que los consumidores hacen de estos productos se genera una sensación de gratuidad que reviste a los bienes culturales de un carácter altruista, centrado únicamente en fines educativos.

“La ejecución de Toscanini en la radio es en cierto modo invendible. Se la escucha gratuitamente y a cada sonido de la sinfonía va unido, por así decirlo, el sublime reclamo publicitario de que la sinfonía no sea interrumpida por los anuncios publicitarios: "este concierto se ofrece a Vds. como un servicio público". La estafa se cumple indirectamente a través de la ganancia de todos los productores unidos de coches y jabón que financian las estaciones de radio y, naturalmente, a través del crecimiento de los negocios de la industria eléctrica como productora de los aparatos receptores.”¹³

La posición de Adorno con respecto al cine, tal y como se ha presentado hasta ahora, se mantendrá a lo largo de los años 40 y 50 del siglo XX. Sin embargo, las nuevas propuestas de determinado grupo de directores en los años 60, que en Alemania serán conocidos como "los de Oberhausen"¹⁴, supondrán un punto de inflexión en sus reflexiones acerca del mismo. Las películas realizadas por directores como Volker Schlöndorff, Michellangelo Antonioni o Alexander Kluge (este último, además, amigo personal¹⁵) permitieron a Adorno ver reflejados algunos de

¹³ Ibid., pág. 203.

¹⁴ El Manifiesto de Oberhausen se publicó el 28 de febrero de 1962, en el marco del festival de cortometrajes celebrado en dicha ciudad. Fue firmado por 26 directores de cine, entre ellos Alexander Kluge o Edgar Reitz. Las últimas líneas sintetizan de esta forma el propósito del grupo: “*Der alte Film ist tot. Wir glauben an den neuen*” (El viejo cine ha muerto. Creemos en el nuevo).

¹⁵ En la introducción que Adorno elaboró para *Composición para el cine* en 1969 afirma lo siguiente: “Es curioso que los nuevos cines de todos los países a penas se hayan replanteado a fondo el uso de la música. En relación a este problema, algún día espero aportar algo en colaboración con Alexander Kluge”. Theodor W. ADORNO y Hanns EISLER, *Composición para el cine*, op. cit., pág. 146.

los planteamientos que en los años 40 él y Hans Eisler habían presentado en la ya citada *Composición para el cine*.

El optimismo con el que Adorno acogió estas nuevas propuestas quedó plasmado en el ensayo "Transparencias cinematográficas"¹⁶, publicado en *Die Zeit* el 18 de noviembre de 1966. En él se retoma el ya mencionado problema representacional del cine, esta vez desde un nuevo enfoque: puesto que éste ha resultado una característica constitutiva del cine por su misma técnica de realización, se tratará a partir de ahora de utilizar esta misma técnica para romper con él. La posibilidad de llevar esto a cabo vendrá dada, como ya proponían estos jóvenes directores, gracias a las técnicas de montaje.

“El cine se encuentra ante el dilema de cómo proceder sin tener que caer, por un lado, en el arte industrializado y, por otro, en el documento. Al igual que hace cuarenta años, la repuesta fundamental que presenta actualmente es la de un montaje que no altere las cosas, sino que las disponga en una constelación semejante a la escritura.”¹⁷

Este punto, como la mayoría de los desarrollados en "Transparencias cinematográficas", puede encontrarse también en las propias reflexiones teóricas del director Alexander Kluge. Al margen de la influencia directa que éste pudiera sobre Adorno a la hora de redactar el artículo¹⁸, lo cierto es que podríamos ver en las obras de Kluge de los años 60 y 70 (tanto teóricas como filmicas) la plasmación de este tipo de propuestas. Para Kluge, el montaje es precisamente la forma de contar historias. Con ello se asume la propuesta de Adorno de cómo negar la inmediatez que las imágenes fotográficas generan en el cine. En cuanto representacional, y esto es mantenido por Kluge, el cine asume la función de ofrecer la realidad a los espectadores. La cuestión radicará entonces en cuál es la realidad que el nuevo cine debe ofrecer; siguiendo a Brecht, Kluge afirmará que la realidad viene dada por las relaciones, por el carácter histórico del objeto representado; el verdadero reto

¹⁶ En castellano está traducido como "Carteles de cine" por Jorge Navarro Pérez en *Obras completas, volumen 10.1*, ob. cit. Aquí utilizamos la traducción de Breixo Viejo, "Transparencias cinematográficas", publicada en *Archivos de la Fimoteca. Revista de estudios sobre la imagen*, febrero de 2006, nº 52, págs. 130 y ss.

¹⁷ Theodor W. ADORNO, "Transparencias cinematográficas", ob. cit., pág. 135.

¹⁸ “La persona a la que Adorno parece estar presentando su apoyo es Alexander Kluge, cuya influencia es evidente a pesar de que su nombre no sea citado en el ensayo” (“The person whom Adorno seems to be lending his support for the cause is Alexander Kluge, whose name may be absent from the essay although his influence is certainly not”) en Miriam HANSEN, “Introduction to Adorno, 'Transparencias on Film' (1966)”, *New German Critique*, Duke University Press, nº24/25 (Otoño de 1981 - Invierno de 1982) pág. 193 (la traducción es nuestra).

supondrá entonces ser capaz de plasmar cinematográficamente estas relaciones. De este modo, y teniendo en cuenta que éstas no pueden ofrecerse en una representación directa de una única toma, tendrán que ser generadas por el espectador en el intervalo producido entre el montaje de dos tomas.

“De lo que se trata aquí es de las relaciones concretas entre dos imágenes. A causa de la relación que se desarrolla entre dos tomas y, en la medida en que el movimiento (la llamada cinética) se genera entre dichas tomas, la información se oculta en el corte, que no estaría contenido en la toma en sí. Esto significa que el montaje tiene como su objeto algo cualitativamente muy diferente de la materia prima.”¹⁹

Con esto se retoma el punto central en torno al cual giraba la reflexión fundamental desde *Dialéctica de la Ilustración*: el papel del espectador. Adorno trata en "Transparencias cinematográficas" dos aspectos que van a ser centrales en los planteamientos de Kluge: la no necesidad de una interpretación inmediata de las películas y el considerar al espectador en primer lugar como sujeto y en segundo como sujeto colectivo. La necesidad de generar un tipo de narración que no deba ser interpretada en el sentido convencional (asumida como representación filmada, cuya comprensión es más o menos inmediata) aparece así como una de las nuevas propuestas. Con ello, se consigue por un lado cambiar el juego establecido entre el director (o equipo productivo) como creador, el producto como bien cultural de consumo y el espectador como receptor pasivo del mismo. En su lugar, surge un nuevo tipo de relaciones que presupone una elaboración conjunta de la película, que no podrá verse concluida hasta que el espectador reconstruya los elementos que el director le ofrece. Por otro lado, con este nuevo tipo de películas se conseguiría descargar el peso de mercancía del producto, puesto que el resultado final constituye un producto de alguna manera no intercambiable y generado en la colectividad de los espectadores, como se verá con más detenimiento a continuación.

El papel del público resulta especialmente relevante si se tiene en cuenta lo siguiente: la consideración del cine como arte debe asumir que se trata de un

¹⁹ “At issue here are the concrete relations between two images. Because of the relationship which develops between two shots and, to the degree that movement (the so-called cinetic) is generated between such shots, information is hidden in the cut which would not be contained in the shot itself. This means that montage has as its object something qualitatively quite different from raw material”. Alexander KLUGE, "On cinema and the Public Sphere", en *New German Critique*, vol. cit., pág. 219 (la traducción es nuestra).

medio que tiene unas posibilidades de difusión totalmente desconocidas para los soportes del arte burgués. Éste es uno de los motivos esenciales por el que la industria cultural se transforma en un punto clave para la Teoría Crítica y por el que resulta tan crucial la preocupación en torno a sus posibilidades emancipadoras. Al mismo tiempo, plantea graves problemas al margen de las puras consideraciones teóricas sobre la técnica cinematográfica: puesto que estas nuevas propuestas necesitan de la colaboración del receptor, será necesario enfocar el análisis hacia el público en sí, muy especialmente desde una concepción del cine que, siguiendo a Kluge, sólo puede entenderse como un proceso de creación conjunta del realizador y del espectador. Si bien esto supone una problemática añadida, no es menos cierto que es en este entramado de relaciones, en la recepción de la comunidad de espectadores, donde únicamente puede darse el carácter emancipador de la industria cultural.

Adorno se había ocupado ya en 1959 de las relaciones existentes entre el modelo cultural existente (la pseudocultura) y la industria cultural. La educación tendría en este contexto la función de formar y promover la clase de relaciones que se dan entre los bienes culturales y el público al que van dirigidos. La ampliación de los sistemas educativos públicos deberían entonces tener como consecuencia el crecimiento, tanto cuantitativo como cualitativo, del público al que estos bienes van destinados; lo que parece que ha ocurrido es que este público ha sido educado para su adecuación a los productos de la industria cultural. Debido a que, como se ha ido desarrollando, la industria cultural no actúa como una estructura marginal, sino que asume un papel dentro del funcionamiento general del sistema social y económico, su correlación con los modelos educativos y con el concepto social de la cultura no debería sorprender; no porque se deba buscar la forma en la que estos últimos se supediten a la primera, sino porque todos ellos interactúan en el perfecto engranaje de un todo unificado.

“Las imágenes rectoras realmente efectivas en la actualidad son el conglomerado de las representaciones ideológicas que se introducen en los sujetos, entre estos y la realidad, y las filtran. Están cargadas afectivamente de tal modo que no pueden ser eliminadas sin más por la ratio. La pseudocultura las sintetiza.”²⁰

Este marco común será el que condicione las posibilidades de recepción que los nuevos productos ofrecen. Por ello, el análisis sobre las posibilidades del cine

²⁰ Theodor W. ADORNO, "Teoría de la pseudocultura", en *Obras Completas 8*, traducción de Agustín González Ruiz, Madrid, Akal, 2004, pág. 97.

debería implicar también el de las condiciones culturales que posibilitan el acceso al mismo, al menos si se pretende generar una propuesta alternativa. No se trataría por tanto de pretender un público mayoritario, sino más bien de indagar en la capacidad de impacto que estos productos pudieran ofrecer y, en relación con esto, sus posibilidades de transformación.

El concepto de esfera pública que Alexander Kluge elabora junto con Oskar Negt²¹ pretende ocuparse de los espacios comunes dentro de los cuales se enmarca la experiencia. Siguiendo el concepto alemán *Öffentlichkeit*, de lo que se estarían ocupando estas propuestas sería de la delimitación, en un sentido amplio, de aquello que se opone a lo privado. Al mismo tiempo, y en este punto es donde la esfera pública enlaza de forma más radical con la experiencia individual, este espacio estará constituido por las experiencias comunicables, en el sentido de que puedan ser comprendidas por el resto de la comunidad, tal y como explica el propio Kluge²². El objetivo fundamental del cine será entonces generar una esfera pública de construcción de experiencias a partir de estos nuevos productos culturales; su carácter revolucionario radicarán en la posibilidad de crear, con ello, una esfera pública alternativa a la que generan los medios de la industria cultural. Si seguimos a Kluge y a Negt, esta esfera cultural que existe *de facto* es, en realidad, múltiple; la que generan los productos culturales será tan sólo una de ellas. Todas, sin embargo, tienen en común una cierta función de legitimidad y de conformación de experiencias que tiene como objetivo sustentar el sistema productivo:

[La esfera pública] denota instituciones específicas, agentes, prácticas (por ejemplo: las vinculadas al ejercicio de la ley, la prensa, el público, el trabajo de la esfera pública, calles y plazas públicas). Pero es también un horizonte de expe-

²¹ Oskar NEGT y Alexander KLUGE, *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1972. En castellano existe la traducción de Lilia Frieiro de una selección: Oskar NEGT y Alexander KLUGE, "Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria", en P. Blanco, J. Carrillo, J. Claramonte y M. Expósito (eds.), *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2001, págs. 227-273

²² "Si yo creo que puedo hacerme entender en la colectividad, eso es público. Si pienso que no puedo hacer comprensible a los demás lo que siento o mis experiencias, eso es la intimidad. Ésta es la tiranía de la intimidad: que no puedo expresarme públicamente. La esfera pública es sólo libre en la medida en que la esfera de la intimidad sea libre y desarrollada" ("If I believe that I can make myself understood in a collective, then this is public. If I don not think that I can make myself what I feel or my experience understandable to others, then it is intimate. That is the tyranny of intimacy: that I cannot express myself publicly. The public sphere is only as free as the intimate sphere is free and developed"). Stuart LIEBMAN y Alexander KLUGE, "On New German Cinema, Art, Enlightenment, and the Public Sphere", ob. cit. pág. 41.

riencia social general donde se sintetiza todo lo que es real o supuestamente relevante para todos los miembros de la sociedad. En este sentido, la esfera pública es, por un lado, un asunto reservado a unos pocos profesionales (políticos, editores, representantes sindicales) y, por otro, algo que concierne a todos y que se realiza mentalmente, en una dimensión de sus conciencias. Al unirse a la constelación de intereses materiales de nuestra sociedad "postburguesa", la esfera pública fluctúa entre una fachada de legitimación susceptible de ser usada en diversas formas y un mecanismo de control para captar los hechos que son relevantes para la sociedad.²³

Esta vinculación que Kluge establece entre cine y esfera privada se irá desplazando, en los años 80, hacia al ámbito de la televisión. Pasados los años 60 y 70, en los que las películas del Nuevo Cine Alemán tuvieron una determinada difusión en las salas de cine en la República Federal Alemana, Kluge detecta un cambio tanto en las modas cinematográficas como en los gustos del público que acude a las salas: el aumento progresivo de las proyecciones de películas estadounidenses que responden a los intereses de un público joven y a la vez infantilizado, que ve el cine meramente como forma de evasión, le obliga a buscar plataformas alternativas desde las que seguir trabajando. Al mismo tiempo, la televisión le permitirá establecer unos criterios más amplios para la formación de la esfera pública; el aumento del número de espectadores de sus productos televisivos con respecto a los cinematográficos le llevará a deducir que existe un público idóneo para estos, siempre que se ofrezcan a través del medio adecuado. Este cambio de orientación irá también acompañado de un cambio en la sociedad misma, en la que incluso la esfera productiva se traslada de los espacios públicos al espacio privado del propio hogar: paralelamente, también el consumo de ocio se desplaza del espacio público de la sala de cine al espacio privado de la sala del televisor. Pero esto no debe ser entendido necesariamente como un impedimento para la creación de esfera pública, sino que redobla su importancia: el espectador televisivo, sometido a la esfera pública generada por la industria de la televisión, no encuentra canales para compartir y comunicar sus experiencias de rechazo.

Este proyecto de generar esferas públicas alternativas a través de los medios que ofrece la industria cultural supondría la reelaboración y al mismo tiempo la respuesta de los fundamentos críticos que Adorno y Horkheimer establecieron en

²³ Oskar NEGHT y Alexander KLUGE, "Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas pública burguesa y proletaria" ed. cit., pág. 236

Dialéctica de la Ilustración. El punto fundamental a partir de aquí se convierte entonces en no perder de vista el carácter absoluto de la industria cultural, en el sentido de las profundas implicaciones que lo unen al sistema productivo. La generación de esferas públicas alternativas supondría precisamente esto, esferas opuestas a las oficiales, pero cuyo margen de influencia queda reducido a su mismo carácter. Su función queda limitada a un determinado tipo de experiencias emancipadoras que de poco servirán si el resto de los aspectos de la vida social permanecen inalterables. Sin embargo, la apuesta por sus posibilidades resulta, por irrealizada, más importante que nunca.

ESPORTE E SOCIEDADE, SEGUNDO THEODOR W. ADORNO¹

Sport and Society by Theodor W. Adorno

ALEXANDRE FERNANDEZ VAZ*

alexfvaz@uol.com.br

Fecha de recepción: 16 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 10 de octubre de 2011

RESUMO

O presente texto trata do esporte e suas relações com a sociedade, segundo Theodor W. Adorno. O tema é investigado no contexto de uma dialética do esclarecimento e em torno de dois eixos: seu lugar nos esquemas da cultura de massas e como forma refinada de domínio do corpo e promoção de seu sofrimento; como modelo para a sociedade contemporânea. Entre a dilapidação do sujeito e a redução do corpo à pura instrumento, o esporte, no momento em que o fenômeno encontra seu ponto máximo de saturação crítica, surge também como possível expressão mimética.

Palavras-chave: Theodor W. Adorno; esporte e sociedade; indústria cultural.

RESUMEN

El presente texto se aproxima a la relación entre deporte y sociedad en la obra de Theodor W. Adorno. El tema es investigado en el contexto de una dialéctica de la Ilustración centrada en torno a dos ejes: su lugar en el esquema de la cultura de masas, en tanto que modelo refinado de dominio del cuerpo y su correspondiente sufrimiento; su lugar como modelo para la sociedad contemporánea. Entre la destrucción del sujeto y la reducción del cuerpo a mero instrumento, el deporte revela su máximo potencial de crítica como posible expresión mimética.

Palabras clave: Theodor W. Adorno; deporte y sociedad; industria cultural.

¹ O presente trabalho, resultado parcial do programa Teoria Crítica, Racionalidades e Educação III, apoiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq, Brasil) retoma temas e partes de outros textos meus, em especial Vaz (2000). Agradeço a Michelle Carreira Gonçalves pelas críticas ao texto.

* Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis (Brasil), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

ABSTRACT

This paper aims to investigate the relationships between sport and society in the work of Theodor W. Adorno. This topic is to be found in the context of a dialectic of enlightenment and in turn of two axis: its place in the scheme of mass culture and as refined form of domination on body and its corresponded suffering; as a model for contemporary society. Between the destruction of subject and the reduction of body in pure instrument, sport shows up as mimetic expression in so far it finds its critical point.

Key words: Theodor W. Adorno; sport and society; culture industry.

1. NA CONSTELAÇÃO DA DESTRUTIVIDADE

É curiosa a relação que Theodor W. Adorno, um dos pensadores mais importantes e influentes da segunda metade do *short century*, têm com o esporte, um fenômeno social dos mais marcantes no mesmo período. Se a presença do tema é apenas eventual em suas obras, não se pode deixar de notar sua força às vezes surpreendente, a partir de olhares nem sempre esperados. Além disso, a contribuição de Adorno será decisiva aos estudos críticos sobre o esporte do final dos sessenta e início dos setenta, como os de Bero Rigauer² e Jean-Marie Brohm³ – produtos do *sessenta e oito* e do que se convencionou chamar *nova esquerda* –, que nos escritos da *Teoria Crítica da Sociedade* tiveram um de seus principais sustentáculos, talvez mais político do que propriamente teórico.

Curiosa também porque Adorno viveu em países que sempre foram grandes potências esportivas, sociedades *esportivizadas*, a Alemanha –terra natal, onde se radica a tradição filosófica a que se filia– e os Estados Unidos da América, onde uma parte decisiva de sua obra foi escrita. Cabe dizer que a experiência pessoal e intelectual na *América*, fruto do exílio imposto pela ascensão do Nacional-Socialismo na Alemanha, não pode de forma alguma ser negligenciada quando se analisa a obra de Adorno, o que vale também para o caso do tema esporte. Foi na

² Bero RIGAUER, *Sport und Arbeit: Soziologische Zusammenhänge und ideologische Implikationen*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1969.

³ Jean-Marie BROHM, “Sociologie politique du sport”, G. Berthade et. al., *Sport, culture et répression*, Paris: FM, 1976, p. 16-31.

América, mais precisamente na sua costa oeste, que tomou forma seu trabalho mais conhecido, escrito com Max Horkheimer, o livro-laboratório *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*⁴. A leitura do livro dá indicações dos impasses de dois intelectuais europeus, de esquerda, exilados no “novo mundo”.

Meu objetivo neste trabalho é apresentar algumas discussões, comentários e análises sobre o esporte no horizonte da crítica dialética à razão e à sociedade contemporânea na obra de Adorno. Despontam nela questões como o sacrifício de si como renúncia, o conceito irônico de indústria cultural, um “interesse pelo corpo” como marca fundamental do presente. Como já pôde ser visto, são todos elementos-chaves a compor a constelação em torno de uma dialética do esclarecimento, tal como, junto com Max Horkheimer, Adorno empreendeu.

O breve texto está dividido em duas partes, além das considerações finais. A primeira delas aponta para a presença do esporte nos esquemas da indústria cultural e da maquinização do corpo, para logo após tratar da esportivização da sociedade, tanto no que se refere aos usos do corpo, quanto no que diz respeito à exportação do modelo esportivo para outras esferas sociais. Ao final, retomo as questões antes desenvolvidas e faço um pequeno comentário sobre a atualidade dessa crítica para o presente.

2. VIOLÊNCIA CONTRA SI MESMO, MAQUINARIA, INDÚSTRIA CULTURAL

Nos escritos de Adorno o esporte aparece geralmente como um fenômeno social duramente criticado, vinculado a tendências sadomasoquistas, à equiparação do ser humano à máquina, ao estímulo do espírito de competição, inimigo de uma educação que se pretenda emancipadora. O esporte ainda sofre a crítica de ser espetáculo em que os esquemas da indústria cultural encontram grande expressão, veículo de alienação e de mistificação das figuras esportivas, reforço da irracionalidade presente nas manifestações de massa.

Ao que parece, o modelo do esporte de alto rendimento sempre foi para Adorno uma expressão da violência, assim como a competição agonística um *sem sentido*.

⁴ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Gesammelte Schriften Adorno*, 3, Frankfurt a. M.; Suhrkamp, 1997 [*Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*, Rio de Janeiro: Zahar, 1985 (tradução de Guido Antonio de Almeida)].

Em sua análise aos comentários de Thorstein Veblen a respeito da cultura⁵, Adorno elabora uma das mais frequentemente citadas ideias do debate que, na Alemanha e na França dos anos 1960 e 1970, foi levado a cabo pela *nova esquerda*. Segundo Adorno, o esporte representaria, para Veblen, um tipo de regressão arcaica à natureza, celebração da violência, o que para Adorno estaria, no entanto, revestido de atualidade: “Nada há de mais moderno do que esse arcaísmo.” Como um momento onde os excessos seriam tolerados, o esporte seria uma mediação privilegiada entre crueldade e submissão à autoridade, atividade disciplinadora no sentido da aceitação das *regras do jogo*.

Para Adorno, haveria no esporte, junto ao momento ostentativo à violência, a presença do culto à obediência, ao autoritarismo e ao sofrimento, um traço masoquista: “Ao esporte pertence não apenas o impulso à violência, mas também a suportá-la e tolerá-la.” Se para Veblen o esporte representaria uma sobrevivência do arcaico na figura das atividades supostamente desinteressadas com vínculo aristocrata, configurando o que ele chama de “consumo conspícuo”, para Adorno trata-se da adaptação às novas formas de dominação encarnadas no modelo industrial. O esporte pretenderia devolver ao corpo humano uma parte daquilo que lhe houvera roubado a máquina, sua espontaneidade, mas –uma vez pertencendo ao campo da *não liberdade*– o faz no sentido de colocá-lo implacavelmente a serviço da maquinaria, incorporando-lhe sua própria lógica⁶. Mimetizando a máquina, os seres humanos confundem-se com ela, não se lhe configuram mais como apêndices, mas o são de si próprios, visto que a diferença entre ambos, na prática, desaparece.

Talvez se oculte no culto da velocidade técnica, como no esporte, o impulso para dominar aquele terror das correrias, desviando-as do próprio corpo e, ao mesmo tempo, reenviando-as de forma soberana: o triunfo do marcador de milhas que vai subindo vem aplacar de maneira ritual a angústia do fugitivo. Mas quando se grita para alguém: ‘Corre!’, quer se trate da criança que deve apanhar para sua mãe a pequena sacola esquecida no primeiro andar, ou do prisioneiro a quem a escolta

⁵ Thorstein VEBLEN, *The Theory of the Leisure Class*, Fairfield: August M Kelley, 1991. Theodor W. ADORNO, “Veblens Angriff auf die Kultur”, *Gesammelte Schriften* 10.1, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1997, p. 72-96.

⁶ Ibid.

manda fugir para ter um pretexto para assassiná-lo, faz-se ouvir a violência arcaica que de outro modo guia imperceptivelmente cada passo.⁷

Essas afirmações ganham mais densidade ao considerarmos que, como escreve Adorno, o corpo humano só em estado patológico assemelhar-se-ia com uma máquina, de onde então, como aparece no aforismo *Interesse pelo corpo*⁸, o olhar da anatomia, da vivisseção, do corpo visto como cadáver. Afinal,

“Segundo as regras do jogo, é permitido machucar, segundo elas, se é seviciado. [...] As regras do esporte são com as do mercado: igualdade de chances, fair play, na verdade, apenas a guerra de todos contra todos. O esporte se caracteriza pela lei concorrencial, reduzida a sua pura brutalidade, como se a concorrência real tivesse sido superada. Na medida em que ele se demonstra livremente como ação imediata, realiza a histórica tendência à auto-realização, posta em ordem justamente com concorrência. Da mentira de que é outro, malandramente [dem Trick] torna-se o esporte vencedor [wird sie zum Coup].”⁹

Essa redução do corpo a mero objeto encontra no aforismo antes citado uma forma exemplar. Nele é identificada aquilo que seria uma *contra-história*, paralela à oficial, que, subterrânea, emerge em momentos fronteiriços da humanidade. Essa história clandestina, pouco ou nada tomada em consideração, seja pela leitura oficial ou pela “crítica progressista” –ou seja, por certo marxismo também tornado “oficial”–, localizar-se-ia no corpo, vítima de uma civilização que o dilacera, desfigura e recalca seus instintos e paixões, tomando-o como objeto de controle e manipulação¹⁰.

A relação com o corpo representa um momento fundamental da cisão entre sujeito e objeto, que se afigura como separação entre uma dimensão *não corporal* (o *espírito*, *Geist*) que exerce seu senhorio sobre o corpo, o próprio e o de outros, visto como objeto a ser conhecido e dominado. De alguma forma, a isso corresponde o processo que cinde o trabalho em corporal e intelectual, já que “Só a cultura que conhece o corpo como coisa que se pode possuir; foi só nela que ele se distinguiu

⁷ Theodor W. Adorno, *Minima Moralia: reflexões sobre a vida danificada*, São Paulo: Ática, 1992, p. 142 [tradução ligeiramente modificada: *Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschäftigten Leben, Gesammelte Schriften 4*, Frankfurt a. M., Suhrkamp, p. 185].

⁸ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., 265-269.

⁹ Theodor W. ADORNO, “Das Schema der Massenkultur”, *Gesammelte Schriften 3*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1997, p. 328-329.

¹⁰ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit.

do espírito, quintessência do poder e do comando, como objeto, coisa morta, ‘corpus’¹¹.

“Os que na Alemanha louvavam o corpo, os ginastas e os excursionistas, sempre tiveram com o homicídio a mais íntima afinidade, assim como os amantes da natureza com a caça. Eles vêem o corpo como um mecanismo móvel, em suas articulações as diferentes peças desse mecanismo, e na carne o simples revestimento do esqueleto. Eles lidam com o corpo, manejam seus membros, como se estes já estivessem separados. A tradição judia conservou a aversão de medir as pessoas com um metro, porque é do morto que se tomam as medidas – para o caixão. É nisso que encontram prazer os manipuladores do corpo. Eles medem o outro, sem saber, com o olhar do fabricante de caixões, e se traem quando anunciam o resultado, dizendo, por exemplo, que a pessoa é comprida, pequena, gorda, pesada.”¹²

Por outro lado, e reafirmando algo frequente ao longo de vários de seus textos, os eventos esportivos teriam sido modelo para as grandes manifestações de massa do totalitarismo. Correspondente a ambos seria a submissão a esferas autoritárias, fortemente vinculadas à violência e à ausência de mediação reflexiva¹³. Crítico severo de toda forma de coletivismo, Adorno tinha em mente, certamente, os grandes comícios do Nacional-Socialismo – analisados de maneira singular no capítulo sobre anti-semitismo da *Dialética do Esclarecimento* – mas possivelmente também os Jogos Olímpicos de Berlim em 1936, exemplo de *Gesamtkunstwerk* (*Obra de Arte Total*) a serviço, pela mediação ficcional dos mitos do germanismo, da dominação total, como sugerem Gebauer e Wulf¹⁴.

A fascinação do público pelos acidentes, pelas jogadas violentas, pelo sofrimento e pelo sacrifício extremado, nada mais seria do que uma expressão da consciência reificada, da mobilização de energias psíquicas adaptadas à estrutura, aos esquemas da indústria cultural. Não se trata de apenas esquecer o sofrimento, mas

¹¹ Ibid., p. 266 [*Dialética do Esclarecimento*, ob. cit., p. 217].

¹² Ibid., p. 269 [*Dialética do Esclarecimento*, ob. cit., p. 219].

¹³ Theodor W. ADORNO, *Erziehung zur Mündigkeit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1971; “Veblens Angriff auf die Kultur”, ob. cit.; *Minima Moralia*, ob. cit.; “Sexualtabus und Recht Heute”, *Gesammelte Schriften* 10.2, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1997, p. 533-554.

¹⁴ Günter GEBAUER e Christoph WULF, “Die Berliner Olympiade 1936. Spiele der Gewalt”, in G. Gebauer (ed.), *Olympische Spiele – die andere Utopie der Moderne. Olympia zwischen Kult und Droge*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1996, p. 247-255.

de celebrá-lo para a ele estar adaptado nas engrenagens da sociedade administrada¹⁵. Como se lê em *O esquema da cultura de massas*,

“Os dominados celebram a própria dominação. Eles fazem da liberdade uma paródia, na medida em que livremente se colocam a serviço da cisão, mais uma vez, do indivíduo com seu próprio corpo. Por meio dessa liberdade confirma-se a injustiça - fundada na violência social - que mais uma vez se destina aos corpos escravizados. Funda-se aí a paixão pelo esporte, na qual os senhores da cultura de massa farejam o verdadeiro substrato para sua ditadura. É possível arvorar-se de senhor na medida em que a dor ancestral, violentamente repetida, mais uma vez é provocada em si mesmo e nos outros.”¹⁶

O processo parece ser muito semelhante com aquele que acontece nos *comics*, já que,

“O prazer com a violência infligida ao personagem transforma-se em violência contra o espectador, a diversão em esforço. Ao olho cansado do espectador nada deve escapar daquilo que os especialistas excogitaram como estímulo; ninguém tem o direito de se mostrar estúpido diante da esperteza do espetáculo; é preciso acompanhar tudo e reagir com aquela presteza que o espetáculo exige e propaga.”¹⁷

Nesse mesmo processo de identificação primária, não mediatizada, encontra-se a produção dos ídolos esportivos, fortemente sexualizada nas imagens do *dever ser homem* e *dever ser mulher*, ou ainda dever ser para além de homem ou mulher, como mostram os filmes esportivos dos muitos fascismos, em especial os do projeto Olympia, de Leni Riefensthal, documentários que produziram formas esportivas e estabeleceram um paradigma estético das transmissões televisivas contemporâneas.

3. UMA SOCIEDADE ESPORTIVIZADA

Em suas observações sobre o tempo livre, depois de problematizar o próprio uso da expressão, sua relação com o mundo do trabalho e seu caráter fetichista, Adorno trata da questão do esporte, criticando-o sem ponderar seu possível momento emancipador. Em sua aparente liberdade, a prática do esporte seria um meio de adestramento para o comportamento esperado no mundo do trabalho, transfor-

¹⁵ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit.

¹⁶ Theodor W. ADORNO, “Das Schema der Massenkultur”, ob. cit., p. 328.

¹⁷ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialéctica do Esclarecimiento*, ob. cit., p. 160-161.

mando, de forma “clandestina”, o desprazer físico em uma forma de prazer secundário¹⁸. A aptidão física (o *fitness*), fetichizada como o objetivo em si da atividade, nada mais seria que uma exigência do mundo do trabalho. “De muitas maneiras, no esporte, nós nos obrigaremos a fazer certas coisas – e então gozaremos como sendo triunfo da própria liberdade – que sob a pressão social, nós temos que nos obrigar a fazer e ainda achar palatável”¹⁹.

Nesse contexto, os esquemas da indústria cultural são impiedosos não somente na determinação e fetichização do *fitness*, mas na produção da imagem falsamente sublimada dos heróis esportivos, sexualizados e proibidos:

“Eis aí o segredo da sublimação estética: apresentar a satisfação como promessa rompida. A indústria cultural não sublima, mas reprime. Expondo repetidamente o objeto do desejo, o busto no suéter e o torso nu do herói esportivo, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado que o hábito da renúncia há muito mutilou e reduz ao masoquismo. Não há nenhuma situação erótica que não junte à alusão e excitação a indicação precisa de que jamais se deve chegar a esse ponto.”²⁰

O esporte desempenharia ainda, na busca do desempenho do corpo, uma intensidade e uma funcionalidade que fazem com que não se possa ficar ocioso em relação ao papel previamente determinado. Esse movimento, como qualquer outro dos elementos da indústria cultural, só pode ser acompanhado por iniciados, que entendem a lógica do que ocorre, as regras, táticas e técnicas. Nada deve escapar ao olho do espectador, desde que já tenha sido previamente determinado pelo especialista. “[...] Inclusive em suas pausas para respiração”²¹, o esporte seria o protótipo da vida inteiramente programada e racionalizada.

Antes do esporte porém, já se realizara o mesmo modelo, levado a cabo pelo Marquês de Sade:

“As equipes esportivas modernas, cuja cooperação está regulada de tal sorte que nenhum membro tenha dúvidas sobre seu papel e para cada um haja um suplente a postos, encontram seu modelo exato nos teams sexuais de Juliette,

¹⁸ Theodor W. ADORNO, “Freizeit”, *Gesammelte Schriften* 10.2, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1997, p. 645-655 e *Ästhetische Theorie*, *Gesammelte Schriften* 7, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1997.

¹⁹ Theodor W. ADORNO. “Freizeit”, ob. cit., p. 653 [Palavras e Sinais: Modelos Críticos 2, Petrópolis: Voces, 1995, p. 79 (tradução de Maria Helena Ruschel)].

²⁰ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., p. 162 [*Dialética do Esclarecimento*, ob. cit., p. 131].

²¹ Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, ob. cit., p. 107 [*Dialética do Esclarecimento*, ob. cit., p. 87].

onde nenhum instante fica ocioso, nenhuma abertura do corpo é desdenhada, nenhuma função permanece inativa.”²²

Se o caráter competitivo não contribui para uma educação emancipadora, se a sexualidade reduz-se a uma espécie de desempenho, e a política se transforma em palavreado que procura apenas, *esportivamente*, marcar pontos²³, a arte não ficará para trás. Dedicando-se ao estudo da fetichização da música de massas, Adorno analisa seu caráter de repetição de modelos previamente dados, programados pelos interesses da banalização mercadológica, nada tendo mais a ver com o conceito clássico de música e sua relação com o ouvinte. Adorno expõe esse processo estabelecendo uma distinção hoje bastante conhecida, entre jogo e esporte, referindo-se a transformação do primeiro no segundo. Possivelmente Adorno deve isso à leitura de Johan Huizinga²⁴, por ele citado anos depois, em sua Teoria Estética.

“Neste tipo de música [de massas] nada é mais forte e mais constante do que a aparência externa, e nada nela é mais ilusório do que a objetividade. Este jogo infantil só tem em comum com os jogos produtivos das crianças o nome. Não é em vão que o esporte burguês gostaria de separar-se nitidamente deste jogo. Sua seriedade carrancuda consiste no seguinte: ao invés de conservar-se fiel ao sonho da liberdade, mantendo distância em relação aos seus objetivos, cataloga a participação no jogo como dever entre os objetivos úteis, extirpando os vestígios de liberdade nele existentes. Isso vale mais intensamente para a música de massas atual. [...] Tal jogo tem apenas aparência de jogo. Por isso a aparência é necessariamente inerente à música esportiva atual.”²⁵

A nova consciência musical seria determinada pela presença do desprazer no próprio prazer, já que o sujeito – tendencialmente liquidado – está entregue às determinações do mercado. Esse processo seria típico não só da propaganda, mas também do esporte²⁶.

²² Ibid.

²³ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, ob. cit.

²⁴ Johann HUZINGA, *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*, Hamburg: Rowohlt, 1956.

²⁵ Theodor W. ADORNO, “Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens”, *Gesammelte Schriften 14*, Frankfurt a. M., 1997, p. 46-47.

²⁶ Ibid.

4. ALGUMAS QUESTÕES

Há nos comentários de Adorno a respeito do esporte uma dura condenação, especialmente no que se refere à relação que os seres humanos, por meio dele, estabelecem com seu próprio corpo. Também é condenado com firmeza o posicionamento do público esportivo, considerado irracional e carente de mediação reflexiva, no que se refere aos esquemas da indústria cultural. Uma terceira crítica impiedosa seria sobre o caráter de exemplo e modelo assumido socialmente pelo esporte.

No que toca a esse último ponto, interessa para Adorno não apenas o tipo de socialização provocado e/ou representado pelo esporte, seja como prática ou como espetáculo, mas especialmente a *esportivização* da sociedade. Na política, na sexualidade, na arte ou na educação, interessa saber de que maneira o esporte será modelo de um tipo de organização social o qual predominam a competição e o extremo domínio sobre si e sobre os outros.

É fato que Adorno é um outsider na análise do esporte, assunto sobre o qual pode, com sua verve crítica sem precedentes, comentar sem, no entanto, tê-lo pesquisado. Talvez as reflexões de Adorno sejam hoje um contraponto –um momento de *negação*– a afirmação geral do primado da concorrência. O lugar cada vez maior assumido pelo esporte nas diferentes esferas sociais é apenas um indicador dessa tendência de esportivização, sendo a presença de esportistas de sucesso como palestrantes de auto-ajuda apenas o exemplo mais eloquente.

Quanto ao caráter de reforço da irracionalidade coletiva das manifestações esportivas, não há como negar que a história de várias ditaduras desse século esteve em parte alicerçada nos estádios esportivos, sendo o Mundial de 1978, na Argentina, um exemplo que fala por si. Além disso, o presente ainda mostra a aliança sombria entre torcedores que freqüentam estádios e o radicalismo de direita.

Os esquemas da indústria cultural são, como Adorno destaca, impiedosos na fabricação dos seus produtos. A identificação imediata com os astros esportivos é apenas uma de suas possibilidades, mas não sem importância. Isso se deve em grande parte ao apelo sexualizado alcançado pelo esporte competitivo e espetacularizado de nossos tempos, fabricando musas que substituem misses e ídolos que forjam um novo tipo de masculinidade. É possível dizer que isso se deve, ao menos parcialmente, à própria estrutura do esporte de alto rendimento, e ao mesmo tempo à esportivização da sexualidade. A pornografia é, nesse caso um ótimo exemplo, já que, como o esporte competitivo, ela também se guia pelas idéias de desem-

penho, rendimento e excesso. Parece que a tese de Adorno e Horkheimer não só permanece atual, mas potencializada.

O corpo como máquina, manipulável como se fora um cadáver, matéria quantificável que perde sua qualidade, parece ser a imagem predominante no esporte de alto rendimento. Operar sobre o corpo exige sua reificação. É uma premissa do treinamento esportivo –que pertence à *lógica de identidade*– a presença da cisão nítida e radical entre sujeito e objeto. É preciso conhecer o corpo como coisa, para que se possa dominá-lo. Dessa lógica, que cultiva “o amor aos grandes números” parece difícil o rendimento esportivo, em sua lógica interna, escapar.

Pode-se fazer várias ponderações aos comentários de Adorno sobre esporte, mas é difícil deixar de reconhecer que a fé no progresso infinito dos resultados esportivos exprime como talvez em nenhum outro campo, aquilo que os frankfurtinos chamaram de *razão instrumental*. Um exemplo disso é que para que possa existir o esporte, exige-se o aprendizado da superação da dor, que não deve mais ser considerada como expressão irrenunciável do corpo, sem a qual este não pode ser pensado. Para o esporte de competição, a dor é uma sensação que deve ser superada, cuja tolerância deve ser continuamente aumentada. Por isso há que se tratar o corpo como um obstáculo a ser vencido, *domado*.

É preciso destacar, no entanto, que como o próprio Adorno admite em *Educação após Auschwitz*²⁷, que a prática esportiva pode também ser um aprendizado dos próprios limites e do respeito aos mais fracos. O momento de jogo, neste caso, talvez devesse ser valorizado, como ele também pontua, levando a reflexão aos limites do próprio objeto, em outra ocasião:

“Os recordes, nos quais os esportes encontram sua realização, proclamam o evidente direito dos mais fortes, que emerge tão obviamente da concorrência, porque ela cada vez mais os domina. No triunfo de tal espírito prático, tão longe das necessidades de manutenção da vida, o esporte se torna uma pseudopraxis, na qual os praticantes não mais podem ajudar a si mesmos, mas mais uma vez se transformam em objetos, o que, na verdade, já são. Em sua literalidade sem brilho, destinada a uma gravidade [seriedade] brutal, que entorpece cada gesto do jogo, torna-se o esporte o reflexo sem cor da vida endurecida e indiferente. Só em casos extremos, que deformam a si mesmo, o esporte mantém o

²⁷ Theodor W. ADORNO, *Erziehung zur Mündigkeit*, ob. cit.

prazer do movimento, a procura pela libertação do corpo, a suspensão das finalidades.”²⁸

Talvez nesse caso, de um momento de entrega lúdica e mimética ao objeto, quando o fenômeno, em seus extertores, deforma-se a si mesmo, o esporte possa ainda reter aquelas promessas da vida aristocrática que, impossibilitadas de sua realização, podem, quem sabe, ser renovadas ao apontarem as ranhuras da sociedade administrada.

²⁸ Theodor W. ADORNO, “Das Schema der Massenkultur”, ob. cit., p. 329.

PALABRAS VENDIDAS: LA POESÍA ESPAÑOLA RECIENTE ANTE EL LENGUAJE

Sold Words: Recent Spanish Poetry and Language

PABLO LÓPEZ CARBALLO*
pablolopezcarballo@hotmail.com

Fecha de recepción: 15 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 5 de diciembre de 2011

RESUMEN

Desde principios del siglo pasado las bases que sustentan la creación poética han cambiado radicalmente. La pérdida de peso e importancia dentro de la sociedad ha tenido consecuencias decisivas para la creación. A ello debe sumarse que a partir del surgimiento y asentamiento de las industrias culturales, la práctica poética se ha visto usurpada por modelos de producción impostados. En el proceso de cambio se han incorporado estrategias comerciales y procedimientos formales propios de la radio, la televisión y otros medios de difusión masiva que han arrumbado al lenguaje a una posición dependiente, despojándolo del lugar central que ocupaba en la literatura.

Palabras clave: poesía española; industria cultural; lenguaje poético; desartización.

ABSTRACT

The beginnings of 20th Century witnessed a radical change in the foundations of poetic creation. Poetry's shift of position and its progressive lack of centrality within society had decisive effects in creation. Moreover, with the appearance and consolidation of Cultural industry, poetic practice has been usurped by false mechanisms of production. In the process of change, poetry has incorporated commercial strategies and formal approaches typical of the radio, tele-

* Universidad de Salamanca.

vision and mass media, that have cornered language to a secondary, subaltern position in literature.

Key words: spanish poetry; culture industry; poetic language; deartification.

*“En toda época ha de intentarse arrancar la tradición al respectivo conformismo que está a punto de subyugarla”
(Walter Benjamin, Tesis de filosofía de la historia)*

El panorama de la poesía española actual, la escrita por los nacidos desde la década de los sesenta hasta los más jóvenes, parece estar sustentado en ciertos valores heredados de discusiones protagonizadas por generaciones anteriores. Esto no supondría mayor problema si no fuera por el hecho de que se ha establecido un peligroso pacto territorial que, entre otras cosas, ha cercenado las posibilidades de desarrollo e innovación poética. En oposición a tal perspectiva, se ha optado por fijar un marco de referencia y actuación que malinterpreta las poéticas predecesoras, generado, así, una imagen de pluralidad, en la que aparentemente se deja margen a todo tipo de propuestas y que ha servido para construir un sistema literario nacional inamovible. En este sentido, el principal síntoma de anquilosamiento que se percibe en este ámbito está fuertemente determinado por el papel que el lenguaje ocupa en el discurso poético —materia con la que se construyen los poemas—. Al respecto, abordaremos a continuación las diferentes formas de actuación poética que predominan dentro del marco mencionado.

Así, para poder analizar esta situación convenientemente debemos tomar como punto de partida la posición de la poesía, hoy en día, en el mercado cultural y ello a pesar de que, en múltiples ocasiones, se han adoptado, desde diversos puntos de vista, posturas que caen en el esencialismo y que sitúan a la creación poética fuera del mismo.

1. EL “ON SALE” DEL AURA POÉTICA

La poesía es el género literario con menor presencia en el mercado editorial español¹ y posee unas características muy concretas que hacen de su consumo algo minoritario. Como ya se ha apuntado, su material de trabajo es el lenguaje y, en cierto modo, los problemas asociados al mismo, por ello, requiere de un conocimiento específico más allá del uso comunicativo de éste, así como de un esfuerzo de comprensión y trabajo exigente del lector. Es ésta la razón que explica el por qué ocupa un espacio limitado en el interior del sistema pero, asombrosamente, sin peligro aparente de desaparición.

Sería esperable encontrar, en el contexto puntualizado, estrategias muy similares a las utilizadas en otras esferas artísticas. Estrategias que pretenden incluir, sin reservas, a la poesía en la trama descrita por la industria cultural, despojándola de sus características más específicas y acercándola a productos que garanticen un mayor consumo. Aun así, es bien conocido que el mercado siempre ha permitido la presencia de fuerzas contrapuestas que, en el fondo, más que desestabilizarlo ayudan a sustentarlo gracias a la incorporación del prestigio asociado, en algunos casos, a éstas. La poesía ha sido un paradigma de esto último dentro del sistema cultural español y se ha encargado de ofrecer un producto dotado de determinado halo de profundidad, que no posibilita un consumo rápido y aspira a ser único y difícilmente sustituible.

La industria cultural, desde el inicio de su desarrollo e implantación, ha procurado la creación de productos accesibles —con especificidades definidas y cimentadas en esta cualidad—, de fácil acercamiento y reemplazables por otros de similar naturaleza y dotados de pequeñas variantes insustanciales que posibiliten la ilusión de novedad.

En relación al tema que nos ocupa, no será hasta los años setenta² cuando esta práctica comience a ser general en el campo de la poesía española, que paulatinamente ha ido cambiando su perfil de producción hasta llegar a la actualidad, momento en el que de manera más evidente se aprecia el auge y la dominación de este modelo sobre el resto de poéticas con las que coexiste.

¹ Adoptamos aquí la clasificación de géneros que promueve el mercado y no la estrictamente literaria, donde la dramaturgia ocuparía ese lugar en este caso.

² La antología *Nueve novísimos poetas españoles* elaborada por José María Castellet (Barcelona: Barral, 1970) es el síntoma más clarificador en relación a ello.

En este proceso de cambio, se ha logrado despojar al poema de su dimensión conflictual, de tal modo que el resultado final sea un producto que no complica al consumidor y que, prácticamente, destruye la forma poética al establecer un uso estándar del lenguaje. Con ello, se posibilita el surgimiento de productos idénticos que encuentran su diferenciación en etiquetas exteriores, en las que se centraliza el movimiento sobre lo nuevo. Tal maniobra conlleva sepultar la capacidad de pensamiento, la posibilidad de generar ideas, reflexión o contradicciones que propicia la poesía. En su lugar, se opta por llevarla al terreno donde el mercado se siente más cómodo, el espacio de los sentimientos. Las consecuencias inmediatas, puesto que siempre se apela a unos sentimientos en principio comunes, son un rápido reconocimiento, la sustitución de lo ajeno por lo propio sin cambios significativos y la ficción de una sucesión que estandariza el ritmo constante de compra-venta. Para llevar a cabo esta operación, tal y como se verá posteriormente, se rechazan o malinterpretan las vanguardias, se renuncia a la experimentación en favor de la imitación y se igualan todos los discursos para que éstos puedan ser reemplazados o suplantados de manera efectiva y a conveniencia.

De esta manera, el poema deja de ser una construcción compleja con cientos de años de desarrollo y se resuelve como un objeto deshistorizado. La primera renuncia se realiza con el pensamiento, es decir, con un entramado cultural generado a lo largo del tiempo con el fin de atisbar algo de entendimiento o, al menos, de conocimiento. En este caso, las posibilidades de referencia y comprensión se reducen a una nominación directa, muy concreta y asumible, limitada al sentir y a aquellas realidades ya convencionalizadas o tomadas como comunes. Este mismo problema, que ahora es posible localizar en la poesía española actual, ya había sido detectado por Horkheimer y Adorno en los años cuarenta del pasado siglo —y en otros ámbitos de la industria cultural— en relación al asentamiento de la publicidad dentro de la cultura de consumo, donde «la palabra, que ya sólo puede designar pero no significar, queda hasta tal punto fijada a la cosa que degenera en pura fórmula. Lo cual afecta por igual al lenguaje y al objeto»³.

En este sentido, el diagnóstico de estos autores encuentra en el panorama hispánico su correlato en estudios como los de Jenaro Talens o Miguel Casado, quienes señalaron situaciones semejantes en la poesía de los años setenta en España, al observar cómo se «desplazaba lo problemático desde lo *fundamental* —la escritura—

³ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Trotta, 1995, pág. 209.

a lo *anecdótico* —los temas y el utillaje retórico—⁴ y cómo «lo anecdótico, lo extraliterario, los gestos y posturas personales, los contenidos se han situado en el centro, mientras el trabajo lingüístico, la única realidad poética posible, ha sido enviado a la periferia y la marginación»⁵.

En esta coyuntura, parte de la poesía española contemporánea habría desligado su trabajo de la carga histórica y filosófica que poseen conceptos como belleza, realidad, memoria, etc., reduciendo el lenguaje a una nominación inmediata, que solo se aproxima a elementos simples, y renunciando a las posibilidad de ensanchar los límites del conocimiento y/o comprensión. Se regresa, de esta manera, a un estado primitivo del lenguaje y del pensamiento, pero sin percibir ni tener consciencia de que en ese origen eran sistemas complejos para quienes comenzaron empleándolos. El inconveniente estaría en que renunciar al lenguaje y a nuestra capacidad de pensar en él supone, asimismo, renunciar a la poesía y al mundo. Estos modelos lingüísticos han arraigado tanto en el espacio de la cultura que han llegado a convertirse en la tónica dominante en muchos de sus ámbitos y, especialmente, en el de la poesía española que nos ocupa en este momento, «dado que bajo la presión del sistema cada producto emplea la técnica publicitaria, ésta ha entrado triunfalmente en la jerga, en el “estilo” de la industria cultural»⁶.

2. EL ESPECTÁCULO POÉTICO

Otro de los modelos absorbido por el sistema de la poesía española actual es el planteado por el espectáculo televisivo. La estrategia, en este caso, consiste en imponer una cercanía con el espectador, que siente la posibilidad de pasar al otro lado de la pantalla en cualquier momento, propia de los productos de entretenimiento que plagan dicho medio. Dentro del terreno aludido, los agentes que actúan en la producción de sus contenidos dan la impresión de poder ser sustituidos por cualquiera de los espectadores, independientemente de su estatus social, eco-

⁴ Jenaro TALENS, *De la publicidad como fuente historiográfica. La generación poética de 1970*, Valencia: Eutopías, 1989, pág. 18. Refiriéndose al periodo afirma “ese marco ya no está articulado en torno al papel dominante de lo que Althusser denominó el aparato ideológico “escuela”, sino que se erige por los principios epistemológicos del aparato que ha ocupado su lugar: los *mass media*, de quien el primero acaba asumiendo las reglas y normas de funcionamiento” (ibid., pág. 21).

⁵ Miguel CASADO, *Los artículos de la polémica y otros textos sobre poesía*, Madrid: Biblioteca nueva, 2005, pág. 93.

⁶ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, ob. cit., pág. 207.

nómico o cultural. Por otro lado, los programas ofertados que si requieran de alguna de estas variables son rechazados o aceptados temporalmente (en tanto que singulares), suscitando un nuevo sentimiento utópico de posibilidad de alcance y aspiración de “mejora”. Estas máximas son utilizadas en cierto modelo de poesía, colocando el producto al alcance de todos y ofreciendo al espectador la posibilidad de participar en el show poético. Se deduce, de esta manera, que no es necesario realizar las actividades propias y previas a la creación literaria y que lo más importante para formar parte del hecho poético es la expresión, y su previsible producción de empatía, y no la reflexión. De igual modo, la lectura se convierte en algo accesorio y, con ello, se promueve el abuso del desconocimiento de una vasta tradición literaria, que podría frenar tal producción innecesaria. Es por esto mismo que la atención al lenguaje y el juicio estético son considerados como elementos prescindibles, hecho que facilita una mayor exposición de productos.

3. LA OMNIPRESENCIA DEL MARKETING

Como consecuencia de lo anterior, se alcanza una situación en la que cualquier texto puede ser galardonado y puesto en circulación mediante la promoción inherente a esos “premios” o a través de alguno de los otros muchos reconocimientos existentes. Este sistema de satisfacciones —constantemente puesto en duda— se mantiene en la impostura gracias a cierta imagen de azar, que genera consuelo y sustento ante la posibilidad de ser uno de los futuros elegidos. Tal contradicción se hace posible debido a determinado aspecto de eventualidad y la consabida conexión con altas esferas de las que obtener el beneplácito venidero. De hecho, este sistema no funcionaría si excluyera de sí prácticas alejadas de la literatura y promovidas por individuos que generan productos mediocres y faltos de todo conocimiento y conciencia de lenguaje. El problema es que sólo de esta manera la poesía es rentable social y económicamente y que los mecanismos utilizados para su sustento son los que la pervierten. En esta operación se eliminan aquellas propuestas que generen conflicto, discusión o conlleven algún tipo de exclusión. Éstas son llevadas a los extremos y anuladas como si la institución se rigiese por un proceso estadístico donde lo que importa es la media:

“El lenguaje que se remite sólo a la verdad no hace sino suscitar la impaciencia de llegar rápidamente al fin comercial que se supone persigue en la práctica. La palabra que no es medio o instrumento aparece sin sentido; la otra, como fic-

ción o mentira. Los juicios de valor son percibidos como anuncios publicitarios o como mera palabrería. [...] La industria cultural es capaz de rechazar tanto las objeciones contra ella misma como las dirigidas contra el mundo que ella duplica inintencionadamente. Se tiene sólo la alternativa de colaborar o de quedar aparte.”⁷

Soluciones como las anteriores, extralingüísticas y alejadas del texto, de aparente acercamiento de la poesía a la población, generan un espejismo mediático que acarrea la desaparición de la actividad de la crítica a la que estamos asistiendo. Resulta muy significativo comprobar la deriva que el papel desempeñado por ésta en el sistema literario ha adoptado desde no hace mucho tiempo. La crítica literaria ha perdido todas sus capacidades y se ha convertido en un vehículo de acción directa ligado al marketing, que funciona por acumulación y sin necesidad de sustentarse en un discurso formado. Es por esto mismo que las posturas críticas, intentos de aportar cierta objetividad, y los discursos históricos son descartados por nocivos u obsoletos y suplantados por un aquí y ahora, asequible para todos los públicos, auspiciado por un funcionamiento en términos de mercancía. Mientras tanto, el debate propuesto por la nueva crítica queda relegado a otros temas como el de la crítica en papel o digital, la producción académica vs. no académica, etc. para ocultar, de este modo, que se trata de las mismas prácticas con diferente envoltorio y que el problema, en la actualidad, realmente es otro. Se establecen así discusiones en torno al sistema literario, con apariencia de objetividad y fondo argumentativo pero, en realidad, no son más que intentos de desplazamiento del tipo periferia-centro, basados en cuestiones extratextuales. De esta manera, los distintos agentes involucrados en el sistema literario reclaman un espacio supuestamente merecido ofreciendo, a modo de veneno y antídoto, las mismas características que los elementos considerados como centrales en el sistema, en lugar de desmontar las falsas estructuras sobre las que se apoya. Esta postura comparte mecanismos con el proceder de los medios de comunicación de masas, donde

“no se manifiesta una alternativa de pensamiento, algo completamente diferente del pensamiento occidental, sino, a lo sumo, una desviación y corrupción de este pensamiento, que parece dispuesto a autodestruirse y destruir sus conquistas intelectuales, políticas y sociales, con tal de evitar dar nuevos pasos.”⁸

⁷ *Ibíd.*, pág. 192.

⁸ Mario PERNIOLA, *Contra la comunicación*, Buenos aires: Amorrortu, 2006, pág. 64.

Las reglas del juego han cambiado o, mejor dicho, hemos cambiado de juego. Se tolera y legitima tan válida como el resto toda práctica que no altere ni condicione el sistema, donde, como afirma Talens refiriéndose a otra época pero que perfectamente retrata la que nos ocupa,

“el valor no va asociado a la crítica o el análisis sino a la circulación, convierte la presencia de los nombres, y no necesariamente de las obras, en los medios Académicos (con A mayúscula) —revistas especializadas, programas de enseñanza, conferencias, simposia, cursos de verano, etc.— y académicos (con a minúscula) —prensa periódica, suplementos literarios, programas en radio y TV, etc.— en sinónimo de juicio literario, haciendo que los datos y las fuentes sean el resultado no de la discusión de los textos sino del frotamiento y la repetición de los nombres que asumen socialmente su representación.”⁹

Nuevamente hablamos de acumulación y de la imposibilidad de hacer crítica, tanto dentro como fuera del poema, que sería el elemento que introduciría realmente el debate, el conflicto y el diálogo y serviría como factor de legitimación. Por el contrario, se opta por la adición de discursos que solamente pueden ser diferenciados por características superficiales. Así, estamos asistiendo a la profusión de *revival* y fusiones que dan la posibilidad de escribir sin leer o escribir a la manera de otros sin observar y pensar el presente. Estas formas imitativas encuentran su razón de ser, nuevamente, en el prestigio¹⁰.

Como ocurre en la publicidad, bajo este tipo de prácticas se esconde algo indecible, un componente común a todo producto de mercado, que de hacerse explícito revelaría la verdadera naturaleza, su idea y uso del lenguaje, de la propuesta. Por lo general, con sus respectivas lógicas y previsibles variantes, un mensaje publicitario contiene tres elementos. Uno al que el espectador accede inmediatamente, pues se trata de un mensaje directo anclado en el aquí y ahora, en donde nuevamente se hace visible la deshistoriarización del lenguaje empleado como mero elemento comunicativo y desactivado. Otro componente, encargado de la misma empresa comunicativa, que el espectador o el lector debe descifrar y que, en el caso de la poesía, supondría el aliciente de comprensión y pertenencia al sistema. Por último, encontramos un tercer mensaje inconfesable. La lectura de tal ele-

⁹ Jenaro TALENS, *De la publicidad como fuente historiográfica*, ob. cit., pág. 21 s.

¹⁰ La paradoja en el terreno poético, y que hace más patente la importancia del prestigio, es que este solo está presente en el productor y no en el consumidor. De esta manera se explica la superproducción que encontramos en los concursos literarios y que posteriormente no se traduce en ventas.

mento, ése que ha sido caracterizado como indecible, sería “necesito tu dinero” y, en el terreno poético, “quiero presencia y control”. Esta caricatura puede ser rastreada a lo largo del siglo pasado tanto en modelos de producción como de lectura que se han impuesto a través de la hegemonía de la industria cultural. Desde estos modelos anteriores hasta el preponderante en nuestros días puede verse cómo la tendencia dominante es la que se inclina hacia la *desartización del arte*, como resultado de la proyección, por otro lado, del público sobre las obras de arte ante su incapacidad para comprenderlas:

“Si, pese a todo, el arte no se vuelve fácil de consumir, al menos la relación con él puede basarse en la relación con los auténticos bienes de consumo. Esto se ve facilitado por el hecho de que el valor de uso del arte se ha vuelto problemático en la era de la superproducción y deja su sitio al disfrute secundario del prestigio, del estar siempre ahí, del carácter de mercancía: una parodia de apariencia estética.”¹¹

4. LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES DE NUESTRA POESÍA

Con esta maniobra propia del lenguaje publicitario surgen varios modelos de poesía, más o menos diferenciados, en función del grado de complejidad que se desee atribuir al segundo mensaje o de las variables de prestigio que pretendan adoptar y la importancia y privilegio atribuidos a éstas dentro del mercado. Lo encontramos en nuestra poesía reciente, por ejemplo, con el revestimiento que posibilita la inclusión de estos valores y referentes de prestigio en el lenguaje del poema, para encubrir discursos pobres, carentes de pensamiento y reflexión lingüística y sostenidos desde un planteamiento similar al anteriormente descrito. El mecanismo es simple: se “envuelve” el mismo producto con características aparentemente diversas pero de la misma índole que aquellas de las que supuestamente se diferenciaría. En este sentido, tal vez el Barroco sea uno de nuestros periodos más desconocidos y, en primera instancia, más alejados del pensamiento contemporáneo y quizá, por ello, se ha convertido en un valor de prestigio dada su condición de inaccesible, remoto y complejo. Sin embargo, está siendo utilizado desde una óptica que lo despoja de toda su carga cognoscitiva y lo convierte en barniz estilístico. Además, se ha relegado su discurso a la mera acumulación de referencias de manera exhibicionista, que no va más allá del mostrar impudicamente aspectos

¹¹ Theodor W. ADORNO, *Teoría estética*, Madrid: Akal, 2004, pág. 30.

superficiales. Otra de las manifestaciones que corrobora el desmantelamiento del lenguaje en la poesía española actual es la falsa experimentación. La forma de actuar en este sentido es la siguiente: se acude a poéticas experimentales del siglo pasado y se copia sus procedimientos, sin tener en cuenta adónde se están llevando esas propuestas concretas y plenamente contextualizadas. En apariencia, estas nuevas vías poéticas son discursos complejos que ahondan en nuestro presente desde experiencias pasadas, pero a la mínima profundización sobre ellas, saltan por los aires de manera inocua, haciendo gala de su incapacidad y falsedad. Son sólo elementos traspuestos que esconden las mismas leyes de producción que operan en el resto de poéticas a las que tachan de tradicionalistas.

Análogamente a estas posturas que proponen una relectura del pasado, encontramos otro ejemplo: la llamada “poesía escénica”, “perfopoesía” o “polipoesía”. Quizá sea éste el caso que más éxito está alcanzando en la última década. El intento de fusionar en esta práctica varias disciplinas, haciendo una lectura superficial de ciertas vanguardia histórica, donde el componente de escándalo tenía un peso específico (o se hacía inherente a otros propósitos más fuertes), no supone, ahora, más que un simple recurso gastado que reproduce un lenguaje construido sobre otros cimientos que nada tienen que ver con nuestro tiempo. Toman un gesto vanguardista, lo vacían de su significado inicial (que en muchos casos estaba dirigido a la destrucción del arte como sistema o institución ajena a la vida) y, en esa inversión, legitiman su propuesta, con una justificación discursiva que, en origen, estaba encaminada a todo lo contrario. Es decir, su idea de acercar el arte al público y de legitimar en tanto que arte las estrategias mediante las cuales se alcanza ese fin, lleva implícita la propia destrucción del mismo. Recurren a una justificación estética que, en realidad, tenía como sentido deslegitimar el arte como simple emanación del ocio burgués.

Otras prácticas que utilizan el lenguaje de manera programática son las que se autoproclaman “al margen” o como “marginales”, pretendiendo que su discurso ocupe un centro en la periferia o que, como bien se ha defendido a través de los mecanismos del canon, ese discurso pase de la periferia al centro. Pero, en contra de lo que se suele alegar, habitualmente sólo poseen un planteamiento exterior, superficial, para nada crítico con el sistema al que supuestamente pretenden desmantelar. Utilizan el sentido de margen con su significado contrario, ya que reclaman que han estado apartados, que no han recibido el reconocimiento merecido y

que, por ello, deben conseguirlo, en lugar de desmontar todo el entramado del que han sido excluidos.

Todas ellas son maniobras centradas en aspectos extralingüísticos y encuentran su razón de ser en la consecución y ostentación del dominio y el control. Idéntico proceder encontramos en las prácticas que acuden a los cimientos culturales de nuestra civilización y a los periodos posteriores donde éstos se han reforzado con el pretexto, o la esperanza, de renovarlo. Se adoptan concepciones y planteamientos del periodo elegido y se persigue continuamente, justificándose así, la analogía como elemento que conecta dicha tradición con el mundo actual. Habría que preguntarse, en este punto, de qué sirve buscar este tipo de analogías. Las respuestas intuitivas e inmediatas que cualquiera podría proponer serían: conocer el pasado para conocer el presente, somos el pasado, todavía estamos allí, aprendemos del pasado, etc. Todas éstas, que a su vez son preguntas, son aceptables pero, tal vez, habría que cambiar el enfoque, más propio de la novela histórica barata, puesto que analogías se pueden establecer entre muchos ámbitos. Lo realmente productivo, lo que nos permitiría plantearnos estas respuestas-preguntas es justamente lo contrario: ¿qué nos diferencia y por qué?

El planteamiento sustentado en la analogía, como bien señala Luciano Anceschi¹², es un recurso utilizado para proteger una institución, un generador de canon, en definitiva, para mantener una situación como inamovible y, habría que añadir, para crear un falso dinamismo que permita fomentar el espejismo de cambio, sin la necesidad de imponer un planteamiento estilístico. De esta manera, se hace ver que existe una libertad formal, de estilo, que presupone una libertad absoluta de prácticas, pero esto aparece así porque ya se presupone un control implícito que hará de la autocensura de cada creador la mejor arma. O escribes para estar dentro o no estás, ni siquiera existe la posibilidad de estar fuera, puesto que «la necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual»¹³.

5. LA TRADICIÓN DEL CAMBIO

Se accede así a un sistema perpetuado bajo la premisa de no generar conflicto, sin confrontación con el lenguaje, que es eliminado de su posición central y pasa a

¹² Luciano ANCESCHI, *Le istituzioni della poesia*, Milano: Bompiani, 1983, pág. 48 s.

¹³ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, ob. cit., pág. 166.

un segundo plano con un uso meramente comunicativo. Este movimiento particular de desartización, donde el público, y como veíamos anteriormente potencial productor, se vuelve incapaz de comprender las prácticas artísticas, las vacía y elimina de ellas su valor, renunciando de esta manera al componente de conocimiento que podríamos encontrar en la poesía.

Las disputas generadas en los años ochenta y noventa en la poesía española, que deberían ser analizadas como resistencia a la industria cultural, han dejado de tener sentido ahora, ya que el discurso se ha estandarizado y el cometido principal es la satisfacción y generación de necesidades. La lucha por el control, por la mayor difusión y centralización del prestigio, decide los usos del lenguaje en la actualidad. Se produce así una mercancía cultural específica que condena al lenguaje a un espacio subsidiario e impone un sistema inamovible que impide la creación poética.

COMPOLÍTICAS: GRUPO INTERDISCIPLINARIO DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y CAMBIO SOCIAL

*Compolíticas: Interdisciplinary Research Group
for Studies on Communication,
Politics and Social Change*

FRANCISCO SIERRA CABALLERO*
fsierra@us.es

Fecha de recepción: 3 de mayo de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 6 de junio de 2011

RESUMEN

En esta nota se presentan los objetivos, líneas de investigación, redes y proyectos del grupo interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social.

Palabras clave: comunicación; política; cambio social; desarrollo; cultura; teoría crítica.

ABSTRACT

This paper presents the objectives, research lines, networking and projects of the Interdisciplinary Research Group for Studies on Communication, Politics and Social Change.

Key words: communication; politics; social change; development; culture; critical theory.

* Universidad de Sevilla. Director de COMPOLÍTICAS.

1. PRESENTACIÓN

El Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS) es un grupo consolidado del Plan Andaluz de Investigación (SEJ-456) de la rama de Ciencias Sociales, fundado como colectivo académico de análisis y formación especializado en el estudio de los procesos de desarrollo y cambio social en torno a las mediaciones simbólicas e infocomunicacionales hace diez años en torno al Centro Iberoamericano de Comunicación Digital.

Adscrito al Departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla, desde su constitución como una red de intercambio académica orientada al análisis de las estructuras significativas del sector de la información y la comunicación pública, COMPOLÍTICAS nace como grupo de investigación con una clara voluntad emancipadora inspirada en la tradición de la Escuela Crítica de pensamiento para el cambio social. Como proyecto colectivo que trata de vincular, desde un enfoque abierto e integrador, la teoría y la práctica, el pensamiento y la dinámica cultural, la filosofía académica de los fundadores y miembros del grupo es impulsar, en esta línea, el conocimiento y aportaciones más avanzadas del pensamiento comunicológico, a fin de promover progresos notables en la organización, la práctica y la representación de las industrias culturales mediante la mejora de los aparatos teórico-metodológicos críticos y el acervo histórico de los conocimientos disponibles sobre el saber-hacer informativo, más allá de las formas instrumentales de racionalización al uso.

En este marco, COMPOLÍTICAS promueve y acoge diversos proyectos de formación e investigación como el Centro Iberoamericano de Ciudadanía Digital (CICO), el Seminario de Estudios Europeos en Comunicación, el Observatorio Eurasia de Geopolítica y Comunicación en Asia Central y el Cáucaso y la Secretaría Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC), entre otras iniciativas.

2. OBJETIVOS

Los diferentes proyectos y actividades del grupo tienen por objeto cinco funciones básicamente:

1. La investigación básica y aplicada en materia de comunicación, política, historia de la propaganda y comunicación participativa para el cambio social.

2. El desarrollo del conocimiento teórico, histórico-crítico y político de la comunicación y la mediación social desde el punto de vista del cambio y desarrollo cultural.
3. La formación teórico-metodológica y académica de alto nivel de personal investigador en grado y estudios de doctorado.
4. La publicación y difusión de resultados de investigación en publicaciones periódicas especializadas y colecciones editoriales.
5. La consultoría experta en políticas culturales, comunicación política, participación ciudadana y desarrollo social.

3. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Cuatro líneas generales de trabajo centran la actividad investigadora del grupo:

- Teoría crítica de la comunicación.
 - Coordinador: Dr. Juan Carlos FERNÁNDEZ SERRATO.
- Historia de la propaganda y análisis de la comunicación política.
 - Coordinador: Dr. Miguel VÁZQUEZ LIÑÁN.
- Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura.
 - Coordinador: Dr. Francisco SIERRA CABALLERO.
- Comunicación, desarrollo y cambio social.
 - Coordinador: Prof. Víctor MARÍ SÁEZ.

3.1 Teoría crítica de la comunicación

La línea de Teoría Crítica de la Comunicación trata de pensar el proceso de mediación, desde la tradición de la Escuela de Frankfurt a los actuales desarrollos del pensamiento neomarxista para explicar las actuales derivas de la industria cultural, en su base material y simbólica, como un instrumento imprescindible para la elucidación de los procesos de transformación que están experimentando los imaginarios y los *habitus* de nuestro mundo en la era de la revolución tecnocomunicacional y la sociedad globalizada analizando diversos procesos de producción:

- La constitución crecientemente multicultural de nuestras sociedades occidentales.
- La colonización cultural del llamado Tercer Mundo por parte de las industrias mediáticas occidentales de la información y el espectáculo.

- La multiplicación *ad infinitum* de la compartimentación de las audiencias que rompe la homogeneidad de la “masa” surgida en tiempos de la segunda revolución industrial y nos encamina hacia una sociedad de “multitudes” (según la noción acuñada por M. Hardt y A. Negri).
- La creación de una archicultura pop, que fagocita, todo tipo de imaginarios culturales (desde la tradición folklórica hasta las producciones de alta cultura elitista) bajo el modelo cultural construido sobre las estrategias de la industria del espectáculo, las tecnologías de los media y los discursos de los géneros de la comunicación pop (música, cine, cómic, géneros televisivos etc.).
- Y la revolución de la digitalización informática y de las tecnologías de la información y la telecomunicación.

En consecuencia, COMPOLITICAS se propone en esta línea de investigación:

- a. Formar teóricamente investigadores en el análisis y la interpretación crítica de los fenómenos de la comunicación social contemporánea y de sus refracciones culturales y económico-políticas en el marco de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura.
- b. Impulsar una Teoría Crítica concebida como matriz interpretativa de las culturas contemporáneas en un horizonte epistémico de conocimiento comunitario, solidario y emancipador.
- c. Estudiar los procesos (materiales, técnicos, simbólicos, discursivos, económico-políticos) que desempeñan los media en cuanto aglutinadores de opinión y acción sociales; con especial atención al fenómeno de la archicultura pop como nueva koiné / cultura colonizadora en el mundo globalizado y las diversas influencias sociales que se proyectan ideológicamente sobre nuestra vida cotidiana.

Los descriptores de “Teoría Crítica de la Comunicación” como línea de investigación comprenden:

- Modelos epistémicos postmodernos: teorías de la comunicación, estudios culturales, análisis del discurso, estrategias críticas, deconstrucción,

nuevos paradigmas científicos y hermenéuticos, conocimiento-emancipación.

- Neocomunidades, multitudes, multiculturalidad, interculturalidad, género.
- Flujos culturales: procesos de mediación en la construcción de identidades; cultura popular y cultura pop; espectáculo mediático y discurso de autoridad; cultura de élite y mid culture: intensión/extensión culturales; discursos y retóricas de los media.
- Teoría y crítica de la intervención social a través de los media: discursos de masas e intervención social antagónica.
- Técnicas y tecnologías de la producción mediática. Análisis teórico-crítico y propuestas analíticas.

3. 2 Historia de la propaganda y análisis de la comunicación política.

El objetivo general de esta línea de investigación es el estudio de la comunicación propagandística, en todas sus formas, desde una perspectiva histórica. Dicho objetivo responde a la preocupación que, como ciudadanos, tenemos por el uso (o abuso) de la historia con fines políticos. Son muchos los ejemplos de pensadores, literatos, periodistas y, desde luego, historiadores que, en todas las épocas, han puesto sus conocimientos al servicio del poder con el objetivo de construir una determinada imagen del mismo. Esta “construcción” ha incluido, frecuentemente, la reinterpretación revisionista de ciertos pasajes del pasado, cuando no directamente su reescritura. En muchos casos, esta utilización de la historia pretende legitimar las acciones que se llevan a cabo en el presente.

Es habitual que en esta “construcción” del pasado, se haya hecho uso de la propaganda con el objetivo de, como decimos, legitimar decisiones del presente. Para ello, las diferentes acciones propagandísticas puestas en marcha a lo largo de la historia han contado con el habitual desconocimiento de otras formas de pensar y comunicar el pasado, de otras formas de historiar. De ahí que el Grupo de Investigación en Comunicación, Política y Cambio Social se interese por el estudio y la difusión de los diferentes enfoques historiográficos, especialmente aquellos más alejados del ámbito “occidental”, con todas las precauciones que conlleva el uso de este término.

Asimismo, y desde este punto de vista, pretendemos estudiar y difundir la evolución de los diferentes enfoques de la Teoría de la Propaganda, haciendo hincapié

en las desarrolladas en el antiguo espacio soviético y, de forma especial, en situaciones de conflicto, sea éste armado o no, a través de los diferentes medios, desde las distintas manifestaciones artísticas a los medios de comunicación más avanzados, pasando por la educación o la tradición oral.

Los objetivos y descriptores de esta línea de investigación comprenden:

- La reflexión y estudio de las relaciones entre historiografía y propaganda. Descriptores: historiografía, filosofía de la historia, propaganda y Estado, historiografía crítica, historia total - propaganda total, historia “desde abajo”, propaganda y cultura popular.
- El análisis histórico de la Teoría de la Propaganda, haciendo hincapié en las tradiciones “orientales”. Descriptores: propaganda y religión, arte y propaganda, propaganda e imperialismo, propaganda y educación, propaganda y tradición oral, medios de comunicación y propaganda, orientalismo, totalitarismo “democrático”.
- La recuperación de materiales y estudio de la historia de la propaganda en el espacio geográfico de la antigua Unión Soviética. Descriptores: historia de la propaganda en Asia Central y el Cáucaso, propaganda soviética, transiciones y revoluciones postcomunistas,...
- La propaganda de guerra: análisis de la propaganda en tiempos de conflicto bélico (pasado y presente). Descriptores: geopolítica y propaganda, viejas y nuevas guerras, guerrilla, terrorismo y propaganda, propaganda militar, guerra-espectáculo,...
- Las nuevas tecnologías y propaganda. Descriptores: redes y propaganda (ONG’s, blogs, asociacionismo, cibercultura).

3. 3 Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura

La línea de investigación en “Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura” nace vinculada a la tradición docente e investigadora del Departamento de Periodismo, con la creación del Seminario de Estudios Europeos en Comunicación y el proyecto de acción integrada del Plan Andaluz de Investigación que alumbró el I Seminario Internacional de Comunicación y Desarrollo, así como un año después, el Centro Iberoamericano de Comunicación Digital, unidad académica

de investigación y formación de postgrado, adscrito al Departamento de Periodismo I que hoy alberga la sede internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC). En su seno, se han dirigido diversas tesinas de investigación, estudios aplicados y proyectos de tesis doctoral, además de editar varios trabajos compilatorios, las actas del III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación y la colección de textos “Comunicación Crítica” en la editorial La Crujía. Durante este tiempo, los trabajos de investigación asociados a esta línea de estudios vienen alentando la formación especializada de profesionales de la comunicación en materia de políticas públicas de información y comunicación y derechos culturales, así como la investigación aplicada de alto nivel para instituciones internacionales como la Unión Europea.

Los objetivos específicos de esta línea de investigación se resumen en tres puntos fundamentales:

- Formar teóricamente investigadores especializados en la evaluación y estudio de las políticas públicas en comunicación y cultura.
- Analizar las tendencias y contradicciones históricas y político-culturales del proyecto de construcción de la Sociedad del Conocimiento.
- Promover y sistematizar el conocimiento teórico sobre las políticas de información, comunicación y cultura.

Los descriptores de “Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura” comprenden como objeto de estudio:

- Políticas de comunicación. Programas, principios y métodos de evaluación.
- Economía Política de la Comunicación. Teoría y análisis de los procesos de dominación y control de los recursos y medios informativos.
- Ciudadanía, participación y democracia informativa. Nuevas tecnologías y participación local. Derechos de la comunicación y pluralismo. Interés público y medios de comunicación.

3.4 Comunicación, desarrollo y cambio social

Una de las más destacadas y desconcertantes paradojas de la globalización es, sin duda, la tendencia al cosmopolitismo y universalización de patrones y procesos socioculturales a la vez que se realiza el proyecto moderno de autonomía y democratización cultural con la descentralización de los espacios de acceso a los bienes simbólicos y al consiguiente desarrollo local. Se aprecia en las dinámicas dislocadas de valorización y aceleración de la experiencia capitalista tardomoderna una acentuada tendencia de desterritorialización y reterritorialización desequilibrada que, con frecuencia, amenaza y disgrega no solo las economías locales, sino paralelamente las formas de identidad y organización de la estructura social. En el marco de estos procesos de desterritorialización y consiguiente centralización cultural, el reto precisamente de las entidades locales es reconstruir las redes de articulación colectiva, el tejido social debilitado, haciendo posible el desarrollo endógeno por medio de la construcción de vínculos de solidaridad y reforzamiento de la identidad colectiva de actores y colectivos sociales que conforman la comunidad. En este contexto, el recurso a una concepción socializadora y materialmente productiva de las nuevas tecnologías y los procesos de comunicación social resulta no solo una alternativa pertinente sino además un compromiso inexcusable para el desarrollo social general. De aquí la conveniencia de emprender, desde la Universidad, el estudio, formación y discusión pública de los problemas relativos a la Comunicación y el Desarrollo Social, área de conocimiento abandonado desde los años setenta en la agenda de investigación y hoy núcleo estratégico de las dinámicas de transformación y progreso social.

La línea de estudios en Comunicación, desarrollo y cambio social tiene, en este sentido, por fin:

- Formar teórica, metodológica y prácticamente a agentes del desarrollo comunitario en el uso, planeación y aplicación de políticas de comunicación especializados en campos estratégicos de intervención.
- Capacitar metodológicamente a los alumnos en el conocimiento e innovación de programas específicos en materia de igualdad de género, comunicación intercultural, medioambiente, salud y desarrollo rural.
- Promover la cultura y filosofía de las redes de información adquiriendo la competencia necesaria para la organización de iniciativas y estrategias tecnológicas con impacto positivo en el desarrollo del territorio.

Los descriptores de esta línea de trabajo vienen definidos por los siguientes rubros:

- Comunicación y desarrollo local. Variables, experiencias y estrategias de intervención.
- Comunicación y educación popular.
- Planificación y comunicación estratégica para el cambio social.
- Comunicación alternativa y movimientos sociales.
- Análisis de redes y comunicación-acción participativa.

4. REDES INTERNACIONALES

COMPOLITICAS coordina y desarrolla diversos programas específicos de cooperación científica e intercambio académico con grupos, centros de investigación y universidades europeas y americanas a través del:

- Programa INTERCAMPUS. Agencia de Cooperación Internacional. Programa América Latina-España.
- Programa Bilateral hispano-brasileño. Ministerio de Educación y Ciencia-Centro Nacional de Investigación (CAPES) de Brasil.
- Programa de Movilidad de Profesorado Universitario e Investigadores del Ministerio de Educación.
- Programa TEMPUS de intercambio académico.
- Programa de Cooperación Internacional de Ayuda al Desarrollo y la Formación de Postgrado de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía.
- Programa ERASMUS de la UE.

Y en la actualidad, mantiene vínculos institucionales de cooperación y trabajo con:

- El Laboratorio de Políticas de Comunicación (LAPCOM) de la Universidad Nacional de Brasilia.

- El Instituto Universitario de Paz y Conflictos de la Universidad de Granada.
- CIESPAL. Ecuador.
- El Observatorio de Economía y Comunicación (OBSCOM) de la Universidad Federal de Sergipe (Brasil).
- El Colectivo de Comunicación y Educación Popular La Crujía a través de la colección Comunicación Crítica.
- La Fundación Iberoamericana de Derechos Humanas.
- El Grupo Interdisciplinario en Industrias Creativas, Culturales y de la Comunicación de la Universidad de Salamanca.

5. PROYECTOS

En la actualidad, COMPOLITICAS lidera numerosas propuestas originales en la frontera del conocimiento con investigadores contratados del Programa Ramón y Cajal, del Plan Juan de la Cierva y del Programa de Incentivos de Investigación de Excelencia de la Junta de Andalucía, con la realización, entre otras iniciativas, de los siguientes proyectos:

- “Nuevas tecnologías de la información y participación ciudadana”, Plan Nacional de I+D, Dirección General de Proyectos de Investigación, Ministerio de Ciencia e Innovación, Modalidad A (Referencia: CSO2008-02206/SOCI).
- “Formas de mediación local y desarrollo comunitario de la ciudadanía digital”. Orden de 11 de diciembre de 2007, por la que se establecen las bases reguladoras del Programa de Incentivos a los Agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento y se efectúa su convocatoria para el ejercicio 2008-2013.(BOJA nº 4 de 5 de enero de 2008).
- Acción Complementaria “Seminario Internacional sobre Nuevas tecnologías de la información y la comunicación y participación ciudadana”, Dirección General de Programas y Transferencia del Conocimiento, Secretaría de Estado de Universidades, Ministerio de Ciencia e Innovación (Referencia: -SEJ2007-30865-E).
- “Medios de comunicación y tribunales de justicia como productores de discursos narrativos de poder: comparación mediante software y chart me-

thod de noticias policiales y sentencias penales en imputados de la región de la Araucanía” (FONDECYT. Clave: 1090108-2008-2010).

- “Les Acteurs Non Estatiques et les Autorités Locales Dans le Développement. Actions Dans les pays parteneires (multi-pays. AL”, Comisión Europea (Málaga, 2009-2011).
- *Comunicación, cultura y lenguaje en América Latina. Análisis de la diversidad lingüística y el discurso público*, y miembro de la Comisión Permanente del Instituto Universitario de Investigación sobre América Latina, Vicerrectorado de Investigación (Universidad de Sevilla. Sevilla, 2009).
- “Sistemas de Investigación en Comunicación y Sociedad de la Información” , Plan Nacional de Infraestructuras Científico-Tecnológicas , Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (2008-2011), Plan FEDER (UNSE08-IE-004) (2009-2011).
- Colección COMUNICOLOGÍA LATINA. Serie Comunicación MULTIMEDIA, Editorial GEDISA (Barcelona, 2010-2015).

www.compoliticas.org

¿QUÉ SIGNIFICA HOY TEORÍA CRÍTICA DE LA INDUSTRIA CULTURAL? ENTREVISTA A ROGER BEHRENS

What is Critical Theory of the Culture Industry Today?

Interview with Roger Behrens

JORDI MAISO *

jordi.maiso@gmail.com

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 16 de septiembre de 2011

Roger Behrens (Hamburgo, 1967) es publicista y docente de filosofía, sociología y teoría de la cultura en las universidades de Hamburgo, Weimar y Lüneburg en Alemania. Desde sus primeras publicaciones en los años 90, se ha distinguido como uno de los autores más relevantes a la hora de recibir y desarrollar los planteamientos de la teoría crítica de la industria cultural. Su interés no sólo se centra en los autores “clásicos” de la Teoría Crítica, sino también en fenómenos contemporáneos de la cultura pop, que Behrens no analiza como manifestaciones meramente “culturales”, sino desde la óptica de una teoría crítica de la sociedad. Sus análisis no rehuyen la confrontación con otras corrientes como los *Cultural Studies* o la postmodernidad, pero desde una perspectiva fiel a una concepción no dogmática de teoría crítica, centrada en la posibilidad de emancipación. En su trabajo, Behrens recupera impulsos de una tradición de pensamiento que no desdeña la “escoria del mundo de los fenómenos” y no se echa atrás ante el riesgo de confrontarse con problemas que –pese a su carácter cotidiano y aparentemente “prosaico”– ponen a prueba la capacidad de la teoría. De ahí que, además de autor de libros sobre Adorno (*Adorno ABC*, 2003, y *Verstummen. Über Adorno*, 2004),

* Freie Universität zu Berlin.

Marcuse (*Übersetzungen. Studien zu Herbert Marcuse*, 2000) o sobre teoría crítica del pop y la cultura de masas (*Pop Kultur Industrie*, 1996, *Die Diktatur der Angepassten. Texte zur kritischen Theorie der Popkultur*, 2003 y *Krise und Illusion. Beiträge zur kritischen Theorie der Massenkultur*, 2003), haya realizado análisis sobre urbanismo, sobre IKEA, o sobre subcultura, punk y bossa nova¹. Es también co-editor de la revista *Testcard*, centrada en la historia de la cultura pop, y miembro de la redacción de la *Zeitschrift für kritische Theorie*. De ahí que la redacción de *Constelaciones* haya apostado por entrevistarle en un número que aspira a tantear las posibilidades de continuación de la teoría crítica de la industria cultural.

JM – Señor Behrens, cuando uno se enfrenta hoy a la problemática de la industria de la cultura, parece inevitable constatar que el concepto mismo de “industria cultural” se ha convertido en un tópico. Su dimensión crítica, por no hablar de su elemento irónico, apenas resultan perceptibles en el uso corriente del término. Sin ánimo de incurrir en definiciones, ¿podría decirnos qué entiende usted por industria cultural? En una sociedad post-fordista y globalizada en la que todo se convierte en mercancía, ¿tiene sentido seguir usando este concepto?

RB – En efecto, el concepto de industria cultural ha quedado reducido a mero tópico y es usado de modo banal. Unos identifican la industria cultural con el poder de los grandes consorcios mediáticos, que se aprovechan comercialmente de una subcultura presuntamente auténtica y la destruyen sin contemplaciones; otros, de forma positiva y positivista, usan esta denominación para referirse al éxito del sector del entretenimiento. Ambas perspectivas implican una despotenciación, no sólo de este concepto crítico, sino de la teoría crítica misma, de la crítica en cuanto tal.

La crítica de la comercialización se queda corta. Para comprender que lo que los medios nos presentan cotidianamente como cultura no es más que chatarra desoladora, aburrida y a menudo reaccionaria, no hace falta una teoría crítica. En principio apenas existen aún diferencias entre una supuesta “cultura comercial” y una cultura presuntamente auténtica –ya sea alta cultura o subcultura–. Ambas forman

¹ Muchos de los textos de Roger Behrens están disponibles en su página web: <http://rogerbehrens.net>

un sistema, un todo, y “el todo es lo no verdadero”². Este sistema incluye hoy tanto a apocalípticos como a integrados (Umberto Eco). La industria cultural no se limita ya a un sector, a determinadas empresas y consorcios, sino que es expresión de una sociedad totalmente determinada por el capitalismo: ya no existe nada fuera de éste, ningún reducto en el que refugiarse, porque la lógica del valor y del beneficio se expanden hasta los rincones más íntimos del ser humano.

La reducción de la industria cultural a mero eslogan se aprecia también en que los fenómenos que se designan con ella, así como la palabra misma, apenas son objeto de diferenciación histórica. Adorno y Horkheimer introdujeron el concepto en los años cuarenta, pero parece que sólo hoy nos enfrentamos realmente a una industria cultural; en consecuencia, lo que Adorno y Horkheimer desarrollan en *Dialéctica de la Ilustración* sería tan sólo un pronóstico visionario. Lo que Adorno y Horkheimer pretendían era desarrollar una teoría crítica de la sociedad. En *Dialéctica de la Ilustración* (1944/1947) no se limitan a dar cuenta de todo cuanto hay de mísero y terrible en el mundo, sino que intentan desentrañar la lógica histórica de esta miseria y de este terror. Y, bajo los títulos temáticos de “Industria cultural. Ilustración como engaño de masas” y –algo que tiende a pasarse por alto en la recepción de la industria cultural– “Elementos de antisemitismo”, esbozan una teoría crítica de la sociedad de su momento histórico. Adorno y Horkheimer intentan comprender “por qué la humanidad, en lugar de entrar en un estado verdaderamente humano, se hunde en un nuevo género de barbarie. Habíamos subestimado las dificultades de la exposición, porque seguíamos confiando demasiado en la conciencia contemporánea”³. Esta “conciencia contemporánea” se sedimenta en la industria cultural: ella misma se ve afectada por la dialéctica de la Ilustración.

El propio nombre de “industria cultural” contiene ya algo de tópico, y podría decirse que Adorno y Horkheimer usaron la expresión con un toque de humor, como interrupción irónica de una cultura sometida a la sociedad industrial del capitalismo tardío; Detlev Claussen ha señalado este momento irónico, desmintiendo los agresivos ataques dirigidos contra Adorno, que le reprochan su supuesta añoranza de la alta cultura burguesa y no haber entendido nada de la cultura de masas. La dimensión irónica del concepto “industria cultural” se dirige sobre todo contra el conservadurismo de la crítica cultural elitista: “No se trata de la cultura

² Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, *Gesammelte Schriften* 4, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2003 [en adelante GS seguido del volumen], pág. 55.

³ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 11.

como valor, tal y como la entienden Huxley, Jaspers, Ortega y Gasset y otros, sino que la Ilustración debe volver reflexivamente sobre sí misma si no quiere traicionar completamente a los seres humanos”⁴.

Sin embargo la palabra “industria de la cultura” no vale gran cosa como tópico, y rehuye toda definición programática. Si bien es cierto que el concepto ocupa un lugar central en la *Dialéctica de la Ilustración*, en textos posteriores aparece menos de lo que cabría esperar dada su importancia temática. Sin duda, el concepto aparece en algunos textos de Adorno sobre la televisión, así como en la *Introducción a la sociología de la música* o en el “Resumen sobre industria cultural”. Pero también se habla de mundo administrado o, en Marcuse, de sociedad unidimensional. ¿En qué consiste entonces la industria de la cultura? Me parece que serían centrales dos aspectos:

En primer lugar la industria cultural anula la diferencia entre hechos y ficciones, tal y como argumenta Adorno a propósito de la astrología en *The Stars Down to Earth*, su estudio sobre las columnas del horóscopo en el *Los Angeles Times*⁵: elementos de ficción, como por ejemplo las constelaciones de estrellas, se materializan en presuntos hechos pseudo-concretos. El carácter irracional de esta racionalidad, que cobra expresión en la “razón instrumental” (Horkheimer) o en la “racionalidad tecnológica” (Marcuse), une lo “cultural” con lo social no sólo a nivel ideológico, sino también como práctica cotidiana, sobre todo a través del consumo. Porque el consumo repite y confirma el fetichismo de la mercancía en el propio mundo de la vida; en él se establece un vínculo entre las ficciones sociales asociadas a la mercancía y la facticidad de lo individual y del destino individualizado.

Cultura e industria cultural se ensamblan mutuamente; las necesidades (tal y como las concibe la cultura de masas) no sólo son satisfechas de modo industrial (mediante la producción de masas), sino que tanto las necesidades mismas como los modos de satisfacerlas son industrializados. Las formas de producción estandarizadas de los grandes estudios de Hollywood producen “cultura” al igual que una industria textil produce tejidos y un horno panadero produce panes; pero, al mismo tiempo, también producen la conciencia de esta “cultura”: tanto los contenidos como las formas de conciencia, y también el inconsciente. A esto se refería el concepto de “industria de la conciencia”, que Hans Magnus Enzensberger introdu-

4 Ibid., pág. 15.

5 Theodor W. ADORNO, *The Stars Down to Earth* [traducida al español como *Bajo el signo de los astros*, en *Escritos sociológicos II*, 2, Tres Cantos: Akal, 2011], GS 9.2, pág. 34.

jera en los años sesenta⁶, y también la célebre denominación de la industria cinematográfica que Ilja Ehrenburg eligiera como título para una novela: “la fábrica de sueños”⁷.

En segundo lugar, la industria cultural es característica de una sociedad en la que todo se convierte en mercancía y queda determinado por la forma de la mercancía. Así se anula de la diferencia entre hechos y ficciones: el mecanismo de la mercancía, mediante el cual las relaciones de producción se nos presentan como algo aparentemente natural, duplica estas mismas relaciones en su reproducción, de modo que toda mercancía cultural es al mismo tiempo publicidad del mundo tal y como es.

Pero esto son solo dos aspectos de la industria cultural. Lo importante es no perder de vista que su marco histórico es la primera mitad del siglo XX, sobre todo con la irrupción de la sociedad de consumo después de la Primera Guerra Mundial en los años veinte. Lo que Adorno y Horkheimer analizaron como industria cultural pertenece a esta fase del capitalismo, que Gramsci fue el primero en designar *de modo crítico* como fordismo. Rudolf Lüscher ha ofrecido una convincente definición del fordismo: “Se le podría caracterizar mediante cuatro rasgos, que remiten a la organización de la producción en grandes empresas, pero que afectan también al conjunto de la sociedad: I) Progresiva articulación de las actividades humanas en la ingeniería y la sociología; II) continuación de todos los procesos productivos y reproductivos; III) ajuste de la producción (masiva) de bienes y el consumo (masivo) de bienes; IV) control de este mutuo ajuste mediante la cuantía del salario”⁸. Por tanto, a *grosso modo* podría decirse que el fordismo es la unión de la producción en la cadena de montaje y las relaciones públicas (Edward Bernays, nieto de Sigmund Freud y uno de los pioneros de la moderna propaganda de consumo, lo denominó “*Engineering Consent*”⁹). Esta unión representa la industria cultural *in nuce*.

En la sociedad post-fordista globalizada, este proceso ha alcanzado nuevas proporciones; en cierto modo, la industria cultural ha sido absorbida en la cultura pop, que la ha refinado estructural y sistemáticamente. Adorno y Horkheimer

⁶ Cfr. Hans Magnus ENZENSBERGER, *Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1969.

⁷ Cfr. Ilja EHRENBURG, *Traumfabrik*, Berlin: Malik Verlag, 1931.

⁸ Rudolf LÜSCHER, *Henry und die Krümelmonster. Versuch über den fordistischen Sozialcharakter*, Tübingen: Kursbuch, 1988, pág. 29.

⁹ Cfr. Edward BERNAYS, *Propaganda. Die Kunst der Public Relations*, Friburgo: orange-press, 2007.

hablaron de industria cultural en una época marcada por el nacional-socialismo, el estalinismo y la democracia de masas. Para no perder de vista esta mediación histórica en la confrontación actual con la industria cultural es necesario volver histórica y críticamente sobre el concepto. En general, el término “industria de la cultura” sigue siendo capaz de dar cuenta de la situación, pero el análisis específico requiere una diferenciación mayor; en mi opinión, el concepto de pop es el más adecuado en este sentido.

JM – Usted ha criticado duramente un modelo de recepción de la teoría de la industria cultural que la reduce a una dimensión meramente cultural y estética. ¿Cuáles son los peligros de esta culturalización y estetización de la crítica? ¿Qué es lo específico de la Teoría Crítica de la industria de la cultura? ¿Qué la distingue de otras aproximaciones, como la teoría de la comunicación o los estudios culturales?

RB – La teoría crítica (renunció a las mayúsculas para no reducir la crítica a un determinado círculo de personas) es teoría crítica de la sociedad, no crítica de la cultura. Parafraseando la famosa definición del criticismo kantiano, su objetivo son las condiciones de posibilidad de la emancipación. En un enfoque materialista, esto implica analizar las condiciones de realidad de las circunstancias dominantes; es decir: de las relaciones de dominio. No se trata de interpretar el mundo, sino de transformarlo. Interpretación y transformación se encuentran en una relación dialéctica entre sí, pero también en una relación ideológica. Desde los escritos de Karl Korsch y Georg Lukács hasta la *Dialéctica negativa* de Adorno y *El hombre unidimensional* de Marcuse, pasando por los textos de Benjamin, la teoría crítica se ha centrado en la relación dialéctica entre interpretación y transformación del mundo. Por el contrario, la industria cultural produce esta relación como ideología: cualquier interpretación, por banal que sea, es propagada una y otra vez como si fuera una transformación del mundo. Por tanto, la teoría crítica quiere cambiar las circunstancias existentes. Pero esta transformación no remite a una simple mejora, tampoco a un embellecimiento de la fachada, sino a la eliminación de raíz de estas circunstancias. Sin embargo la teoría crítica forma parte de estas circunstancias, no goza de una posición privilegiada ni las observa desde fuera. También la crítica de la industria cultural forma parte de ésta, porque la industria cultural es un sistema amplio al que también pertenecen las instituciones educativas, las escuelas y las universidades. La teoría crítica es por tanto parte del sistema.

Para lograr quebrantar la inmanencia de las circunstancias, la teoría crítica insiste en la crítica inmanente. Se trata de un impulso crítico que también pueden encontrarse en Georg Simmel o Ernst Cassirer: también ellos reflexionan sobre la cultura como relación social. Los *Cultural Studies*, en la medida en que se han establecido académicamente como ciencia de la cultura, invierten la perspectiva, y describen la sociedad como relación cultural. A partir de los años ochenta, esta culturalización –que Raymond Williams o Stuart Hall concibieron como crítica del marxismo burocrático del partido socialista– se ha autonomizado académicamente y, paradójicamente, ha llevado a una absolutización y a un aislamiento de “lo cultural”. Se trata de mecanismos que forman parte de la lógica de la industria cultural. Pero esto comporta otro problema: en este culturalismo absolutizado y aislado, los seres humanos aparecen como actores que irrumpen desde fuera, y que en el mejor de los casos actúan como sujetos en el sentido de la tipología del rol. Por su parte, también la crítica irrumpe aquí desde fuera, y por tanto no es inmanente. Esto puede apreciarse en el concepto de ideología, que los *Cultural Studies* –bajo la influencia de Althusser– usan de modo distinto al de la teoría crítica; ésta remitía a la inmanencia de lo ideológico y entendía la crítica del dominio como crítica del sujeto: por ello la ideología no era mentira, mucho menos una visión del mundo, sino falsa conciencia socialmente necesaria.

Sin duda, los *Cultural Studies* son un proyecto político, y en esta medida también teoría crítica de la sociedad, pero no son una teoría crítica del sujeto ni una teoría del sujeto crítico. Su perspectiva deja de lado lo que Adorno y Horkheimer llamaran “pseudo-individualidad”¹⁰, un fenómeno que fue detalladamente analizado en los *Estudios sobre autoridad y familia* y *Estudios sobre la personalidad autoritaria*.

Por su parte, la teoría de la comunicación –pienso sobre todo en los escritos tempranos de Habermas hasta la *Teoría de la acción comunicativa*– presenta también un punto débil en relación con el sujeto. Con dichas teorías se puede recuperar el imperativo categórico de Kant, tal y como fuera formulado en sus versiones de filosofía moral, pero no el imperativo categórico marxiano de “derrubar todas las relaciones en las que el ser humano es una criatura degradada, esclavizada, desamparada y despreciada”¹¹. Finalmente, el imperativo categórico que señalara Adorno les resulta totalmente ajeno: “Hitler ha impuesto a los seres humanos, en su estado

¹⁰ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 177 s.

¹¹ Karl MARX, “Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie. Einleitung”, en *Max Engels Werke*, Berlín: Dietz, 1981 (en adelante MEW), pág 385.

de no libertad, un nuevo imperativo categórico: organizar el pensamiento y la acción de modo que Auschwitz no se repita, que no ocurra nada semejante”¹². Las experiencias que, en las condiciones de la modernidad capitalista y después de la “quiebra de la civilización”, llevaron a la formulación de este imperativo categórico, resultan completamente inaccesibles tanto a los *Cultural Studies* como a la teoría de la comunicación.

Por lo demás, *Cultural Studies* y teoría de la comunicación comparten una confianza de base en el orden democrático. Ambas tienen un deseo bienintencionado y democrático –en ningún caso conservador o reaccionario– de que la cultura sea mejor de lo que es, de que llegue a ser un resto, una subcultura, un reducto, al menos un reducto simbólico de resistencia simbólica. Podría decirse que los *Cultural Studies* creen en la cultura que es su objeto de estudio del mismo modo que la teoría de la comunicación confía por principio en la comunicación. La teoría crítica no tiene este momento afirmativo: para ella “cultura” y “comunicación” son conceptos fundamentalmente críticos. Su concepto de cultura sigue el análisis freudiano en *El malestar en la cultura*, según el cual la cultura no es en sí misma algo positivo, un valor en sí. Dicho cínicamente, el asesinato sistemático de los judíos alemanes en manos de los nazis confirmó esto de forma brutal, ya que se llevaba a los judíos a las cámaras de gas con el acompañamiento de música de Beethoven. Por ello puede leerse en *Minima moralia*: “La idea de que, después de esta guerra, la vida pueda continuar 'normalmente', o de que la cultura pueda ser 'reconstruída' –como si la reconstrucción de la cultura no fuera ya en sí misma la negación de ésta–, es estúpida. Millones de judíos han sido asesinados, y eso sería un interludio y no la catástrofe misma. ¿A qué espera aún esta cultura?”¹³. Y en *Dialéctica de la Ilustración*: “La barbarie estética del presente culmina la amenaza que se cierne sobre los productos espirituales desde que éstos fueran reunidos como cultura, y de este modo neutralizados. Hablar de cultura siempre estuvo en contra de la cultura. El denominador común de la cultura contiene ya virtualmente el registro, la catalogización, la clasificación que integra la cultura en el ámbito de la administración. Solo la subsunción industrializada y consecuente está a la altura de este concepto

¹² Theodor W. ADORNO, *Negative Dialektik*, GS 6, pág. 358.

¹³ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 61 s.

de cultura”¹⁴. Löwenthal ha llevado a cabo una crítica similar al concepto de comunicación¹⁵.

Por lo demás, en los primeros años en Estados Unidos, Adorno y –por lo que sé– también Hanns Eisler y Herbert Marcuse hablaban de “communication industry”, un concepto que puede encontrarse ya en los manuscritos de *El capital* de Marx¹⁶.

JM – El subtítulo del capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración* es “Ilustración como engaño de masas”. ¿Qué se quiere decir con ello? En vista de frases como “divertirse significa estar de acuerdo” o del diagnóstico sobre la reducción del público al “modo de reacción de los anfibios”, que son citadas una y otra vez por sus detractores, ¿están justificados los reproches de elitismo y conservadurismo cultural? Adorno y Horkheimer, ¿subestimaron los potenciales emancipatorios de la cultura de masas tanto como se les echa en cara?

RB – La frase “Ilustración como engaño de masas” es interpretada a menudo como hipótesis de manipulación. Pero no se trata de mera manipulación, como si la industria cultural fuera un simple timo, un engaño, o una mera variante democrática del terror totalitario. La frase es *Ilustración** como engaño de masas, y lo que la industria cultural propaga en nombre de la Ilustración es libertad y felicidad. No se trata de una no-libertad que se vende como libertad, tampoco de una mentira presentada como verdad –como ocurre en *1984* y *La rebelión en la granja* de Orwell o en *Un mundo feliz* de Huxley–, y por tanto no es una crítica de los medios al estilo de Neil Postman. Se trata de la *dialéctica* de la Ilustración, es decir, de una libertad que aparece como libertad y una felicidad que aparece como felicidad. Se trata de la crítica de la promesa de felicidad, de su aplazamiento. La industria cultural frustra la felicidad, aunque al mismo tiempo sostiene que la felicidad es accesible a

¹⁴ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 152.

¹⁵ Leo LÖWENTHAL, “Humanität und Kommunikation”, en *Literatur und Massenkultur. Schriften 1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1990, pág. 380.

¹⁶ Karl MARX, *Das Kapital*, tomo II, MEW 24, pág. 60.

* Se traduce *Aufklärung* por “Ilustración” porque ésta ha sido la palabra más utilizada en las ediciones del libro de Horkheimer y Adorno en castellano. Pero, para entender lo que está en juego, conviene recordar que los autores jugaban con la polisemia del término en alemán, que es difícil de transferir al castellano. Porque *Aufklärung* no remite únicamente al periodo histórico de las luces, sino también al esclarecimiento en general, a la explicación racional de un fenómeno, también con un matiz pedagógico; los autores lo usan a su vez para remitir a los procesos socio-históricos de racionalización en sentido amplio [JM].

cualquiera: basta participar en la dinámica social y uno acaba por reconocer en dicha participación la felicidad suprema. A esto se refiere “Ilustración como engaño de masas”. La industria cultural no sólo frustra la Ilustración, la libertad y la felicidad, sino que al mismo tiempo se presenta como Ilustración, libertad y felicidad: de ahí el engaño de masas, que sin embargo sólo funciona cuando las masas reproducen dicho engaño constantemente.

De este modo se prolonga en la industria cultural lo que Marx había descrito como alienación en sus *Manuscritos económico-filosóficos* de 1844: “Lo animal se convierte en humano y lo humano en animal”¹⁷. En la industria cultural, lo que Marx analizara en el proceso de producción pasa al conjunto de las relaciones sociales: “bajo la presión de las circunstancias”, los seres humanos son reducidos al “modo de reacción de los anfibios”¹⁸. En *Dialéctica de la Ilustración* puede leerse: “Mediante las formas de trabajo racionalizadas, la eliminación de las cualidades, su transformación en meras funciones, se transmite al mundo de experiencia de los pueblos y lo asimila tendencialmente al de los anfibios”¹⁹. Por otra parte –y esto es decisivo– al remitir a la “presión de las circunstancias” se refieren a los modelos positivistas, los esquemas de administración y los patrones de clasificación de la propia industria cultural, que reducen a los seres humanos, en su vida anímica, a criaturas inferiores. Anteriormente la etología demostraba en sus tests las similitudes entre los animales y los seres humanos degradados, hoy es la neurociencia la que reduce lo humano al nivel de las amebas. Y por lo demás resulta absurdo que Adorno sea considerado inhumano por criticar la reducción de los seres humanos al nivel de los anfibios cuando los resultados de la investigación del cerebro –contrarios a toda idea de humanidad– son celebrados como un progreso en el conocimiento del hombre.

En este punto hay que recordar que la teoría crítica consiste en la defensa de lo humano. En los *Mínima moralia* Adorno concede, casi de paso, que “los seres humanos son mejor que su cultura”²⁰. Al igual que Marx y Engels en sus escritos tempranos, Adorno y Horkheimer defienden un “humanismo real”; Erich Fromm habla incluso de un “humanismo socialista”, y Marcuse se aferró hasta el último momento a la posibilidad de gratificación y liberación de la existencia humana. La defensa de los seres humanos implica defender sus necesidades y su libertad para

¹⁷ Karl MARX, *Ökonomisch-philosophische Manuskripte*, MEW 40, pág. 515.

¹⁸ Theodor W. ADORNO, “Soziologie und empirische Forschung”, GS 8, pág. 202.

¹⁹ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 53.

²⁰ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 51.

poder orientarse en ellas. Y eso incluye también la necesidad de entretenimiento. La teoría crítica de la industria cultural es también una defensa del entretenimiento, y no una prohibición o una negación elitista del mismo. Al contrario, su crítica se dirige a la equiparación de entretenimiento y embobecimiento en la industria cultural²¹. Porque entonces el entretenimiento –o lo que se presenta como tal– pasa a ser un banal instrumento del conformismo: entretenerse significa participar. Por lo demás, cuando se cita el “divertirse significa estar de acuerdo”, valdría la pena citar el resto del pasaje: “La diversión sólo es posible cuando uno se aísla del conjunto del proceso social, cuando se vuelve estúpido y abandona absurdamente de antemano la pretensión irrenunciable de toda obra de arte, incluso de la más insignificante: ser, en su limitación, un reflejo del todo. Divertirse significa siempre no tener que pensar, olvidar el sufrimiento incluso allí donde se muestra. Su fundamento es la impotencia. Es, de hecho, una huida, pero no –como se pretende– de la mala realidad, sino de la última idea de resistencia que ésta había podido permitir todavía”²².

Pero, mientras que la industria cultural aún podía calcular sus beneficios a partir de la fórmula que equiparaba diversión y conformidad social, la industria pop ya no puede contar con ello. Cada vez es más difícil poder garantizar el disfrute a todos. La mayoría de las mercancías pop son aburridas y de una calidad lamentable –lo cual, por supuesto, responde a su vez a motivos económicos–. También aquí se revela el carácter histórico de la industria cultural. A menudo se defiende su punto culminante o determinadas fases del pop frente al programa de entretenimiento actual: antes todo era mejor, más honrado y no tan comercial. Pero hoy el entretenimiento –al igual que otros mecanismos sociales– es más despiadado que nunca con los seres humanos, más brutal en el esquema de integración y desintegración, inclusión y exclusión. Y a esto se añade: hoy se prueba que también no divertirse significa estar de acuerdo.

JM – Cuando se habla de industria cultural, a menudo se contraponen los planteamientos de Adorno y Benjamin. De este modo se reduce a ambos a caricaturas de sí mismos. Por su parte, apenas se tiene en cuenta las contribuciones de autores como Leo Löwenthal o Herbert Marcuse a la industria cultural. ¿Qué se

²¹ Una crítica actualizada a este respecto puede encontrarse en Marcus METZ y Georg SEEBLEN, *Blödmaschinen. Die Fabrikation von Stupidität*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2011.

²² Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 167.

pierde en esta recepción? ¿Cómo podría enlazarse con estos diferentes planteamientos para poner la crítica a la altura del presente?

RB – Adorno y Benjamin han sido desguazados académicamente, y se les ha sacado buen partido. En los años ochenta surgió una recepción que reducía a ambos a sus elementos estéticos y de teoría del arte. Además se les re-contextualizó desde la perspectiva de la filosofía postmoderna y post-estructuralista; de este modo se sacrificó por completo su impulso crítico. Löwenthal y Marcuse no servían para estas estrategias académicas, que en mi opinión respondían a intereses de carrera universitaria. La edición de los escritos de Löwenthal, publicada en 1990, no tardó en pasar a formar parte de los *stocks* de libros devueltos en las librerías, mientras que los textos de Marcuse, también en sus ediciones sueltas, estaban simplemente agotados. Eran escritos inservibles para una lectura esteticista, ya que las intenciones políticas radicales, sobre todo en Marcuse, eran demasiado explícitas.

Sin embargo, tanto Löwenthal como Marcuse han realizado contribuciones fundamentales para una teoría crítica de la industria de la cultura. Löwenthal sobre todo con sus trabajos sobre la relación entre literatura burguesa y cultura de masas, pero también con sus estudios sobre la agitación fascista, y Marcuse, por supuesto, con su peculiar unión de psicoanálisis freudiano y crítica de la sociedad. Löwenthal afirma que la cultura de masas es psicoanálisis invertido –algo que Adorno recuperaría en sus investigaciones sobre la televisión, que por lo demás apenas han sido recibidas–. Marcuse llega a un diagnóstico parecido cuando, en 1941, habla de la racionalidad tecnológica. Estos conceptos son necesarios para una teoría crítica de la industria cultural, y también de la cultura pop contemporánea, porque permiten quebrantar la ideología del entretenimiento permanente: cada vez más, el espectáculo se revela una relación violenta. Tras la fachada de alegría, buen humor y entretenimiento fascinante emerge un desprecio insospechado hacia los seres humanos, que se presenta con el ademán de ser algo que no hay que tomar demasiado en serio. Los seres humanos son contenidos en estructuras autoritarias, en jerarquías familiares y de género. En relación con una política reaccionaria basada en la seguridad y en el orden, en la que los prejuicios racistas y los estereotipos sexistas forman parte de los programas políticos, se constituye tal vez una nueva edad del miedo.

JM – Sin duda la teoría crítica “clásica” tiene mucho que aportar a este diagnóstico epocal. Pero, ¿cuáles serían los elementos de su análisis de la industria cul-

tural que ya no están a la altura de los tiempos? ¿Qué elementos se echan en falta en los planteamientos “clásicos” que hoy resultan irrenunciables?

RB - La industria cultural está marcada sobre todo por el sistema de Hollywood. A esto se añade la radio, la música de moda y revistas como *Life*. Pero en el jazz de los años cuarenta puede vislumbrarse ya una transformación que en los años cincuenta cristalizaría en el pop: la idea de la banda como una unidad de producción de la industria cultural que no está directamente integrada en ella. El pop vive de la ideología de una relativa libertad, también a nivel económico. Esto es algo que puede apreciarse incluso en las producciones especializadas de soul de Motown. La historia de la discográfica Blue Note se alimenta de esta ideología de la independencia dependiente; dicha ideología es también el tema de “Jailhouse Rock”, la película de Richard Thorpe con Elvis Presley de 1957.

A veces se confiere a la industria el carácter de lo artesanal. Una técnica colectiva se convierte en vehículo de la individualidad. Producción en serie, mercantilización y sentimientos se ensamblan mutuamente. En los años cuarenta se anuncia por primera vez el rol que la juventud iba a tener tanto en el consumo como en la cultura pop; se trata de una idea de la juventud que se convertiría en símbolo pop universal. En la cultura pop, la juventud aparece como mito: el mito de la acción, de la actividad y la creatividad. Pero, de hecho, los jóvenes, en su función como consumidores, confirmaban la pasividad generalizada.

En su simbolismo, en sus imágenes, signos, emblemas y alegorías, el pop se revela más abierto que la industria cultural. Ésta tenía un stock de imágenes limitado con poco espacio para variaciones. Por el contrario, la cultura pop genera una marea de imágenes, pero esta marea se revela como resultado de un trabajo en las imágenes. Por ejemplo: estamos saturados de imágenes del amor, en todas partes se habla de amor, y sin embargo apenas tenemos un puñado de imágenes del amor. La rosa, el corazón, los tortolitos, ocasionalmente unos labios dando un beso o un osito de peluche: con esto se agota la iconografía del amor.

JM - En su trabajo intenta continuar la crítica de la industria cultural con el análisis de fenómenos nuevos, a menudo de formas culturales que se suelen denominar “inferiores”. Sus textos señalan que la industria cultural habría sido “absorbida” por la cultura pop. ¿En qué consiste este proceso? ¿Cuál es hoy el lugar social de la cultura?

RB - Las “formas inferiores de la cultura” están estrechamente unidas con lo que se constituye como esfera de la cultura en la sociedad burguesa, y también mediadas por ésta. Constituyen lo que los *Cultural Studies* denominan “ordinary culture”, en tanto que cultura de lo cotidiano o cultura cotidiana. De esta manera la alta cultura aparece como substrato ideológico de esta “ordinary culture”, como mero sucedáneo de lo “espiritual”. Adorno y Horkheimer escribieron: “el arte ligero ha acompañado al autónomo como una sombra. Es la mala conciencia social del arte serio”²³. En la cultura pop esto se ha invertido, porque la ligereza se ha convertido en programa estético: el arte serio se convierte en sombra del pop, pero sigue siendo la buena conciencia del arte pop, del entretenimiento.

La industria cultural convierte toda cultura en mercancía. Esta mercantilización culmina en la cultura pop, en la que la mercancía misma se convierte en cultura. Adorno y Horkheimer aluden ya a este proceso al final del capítulo sobre la industria cultural, señalando una fusión de cultura y publicidad²⁴. Esto coincide con lo que Guy Debord llamaría en 1967 “sociedad del espectáculo”, y tiene sus paralelos en la transformación del arte en diseño.

JM - En vista de esto, ¿puede distinguirse hoy entre una dimensión estética y una dimensión sociológica de la cultura de masas? La distinción entre alta cultura y entretenimiento ya no responde a la realidad, pero esta distinción, ¿ha sido superada en el proceso social o se ha realizado más bien como burla del diagnóstico hegeliano del fin del arte?

RB - La tesis hegeliana del fin del arte expresa de forma idealista lo que Marx escribiera en sus manuscritos económicos de forma materialista. Hegel constata que “los hermosos días del arte griego y la edad dorada del medioevo tardío han pasado”²⁵. Y Marx pregunta: “¿Sería posible Aquiles con la pólvora y el plomo? ¿O la *Iliada* con la prensa tipográfica y la imprenta? Los cantos y las leyendas, las musas, ¿no desaparecen necesariamente con la regleta del tipógrafo?, ¿no se desvanecen así las condiciones necesarias para la poesía épica?”²⁶. Aunque no puede negarse que, en el curso del siglo XIX, las artes pierden su función estética y social, ocurre también exactamente lo contrario: las artes, en tanto que modernas, surgen

²³ *Ibid.*, pág. 157.

²⁴ *Ibid.*, pág. 185.

²⁵ G.W.F. HEGEL, *Vorlesungen über die Ästhetik*, tomo I, *Werke 13*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, pág. 24.

²⁶ Karl MARX, *Einleitung [zur Kritik der politischen Ökonomie]*, MEW 13, pág. 641.

sólo ahora. Se trata de una transformación del arte que se corresponde con la industrialización: se inventa la fotografía, se mejora la imprenta de libros y periódicos, la alta cultura se realiza como cultura de masas: surgen las grandes salas de conciertos y teatros, etc. De este modo despunta ya la superación de la distinción entre arte serio y arte de entretenimiento. Pero, paradójicamente, también puede constatarse que es en este momento cuando se introduce dicha distinción. De este modo se re-negocian las seguridades estéticas del arte dentro de su marco económico; con otras palabras: la ideología estética, como lo ha expuesto Terry Eagelton²⁷.

Aquí se origina una dinámica que, en la primera mitad del siglo XX, se convertiría en la contraposición entre vanguardia y kitsch (Clement Greenberg). Al mismo tiempo resulta manifiesto que el arte de entretenimiento puede aplicar de forma más ligera, simple e históricamente adecuada lo que se pierde en el arte serio y queda obsoleto. Benjamin ha dado algunos ejemplos de esto en su ensayo sobre la obra de arte, como el de Mickey Mouse.

Para una teoría crítica de la industria cultural –y también de la cultura pop–, lo decisivo es la transformación de la posición del público y del consumidor, en general la fusión de recepción estética y consumo de mercancías. Eso es lo que condiciona la “estetización de la política” diagnosticada por Benjamin, que consiste también en hacer a los seres humanos cada vez más pasivos. Las masas tienen derecho al cambio; pero la cultura sólo les ofrece una expresión de éste: el espectáculo de un cambio aparente. En la industria cultural, con la excepción del fascismo, esto está aún ideológicamente encubierto, pero en la cultura pop se trata de algo manifiesto. Podría decirse que, en ella, el engaño de masas ya no es un secreto.

JM – Sus análisis de la cultura pop actual se centran especialmente en fenómenos musicales. En ellos la música es interpretada como “el arte de la industria cultural”. ¿Cómo hay que entender esto? ¿Cuál es el rol de la música en la industria cultural? Cuando uno piensa en el uso de la música en spots publicitarios, video-clips o melodías de teléfono móvil, el diagnóstico de Adorno sobre el relativo “retraso” de la escucha en la jerarquía de los sentidos dominante en nuestra civilización resulta sumamente actual. ¿Cómo valora usted estos procesos?

RB – Desde el Renacimiento, incluso desde la Antigüedad, la historia del arte ha estado marcada por la competencia entre las artes. Esta competencia no se refiere a la relevancia estética de las artes, sino a su predominio social. En la fase de ascenso

²⁷ Terry EAGELTON, *The Ideology of the Aesthetic*, Oxford: Blackwell, 1991.

de la sociedad burguesa, la literatura es el arte dominante; en ella se revela el poder de las letras, del lenguaje. Cuando Hegel establece su jerarquía de las artes, llama a la música el arte de la interioridad subjetiva. Esto es lo que, en los años cincuenta, se desarrolla como pop: una música de la interioridad subjetiva en una cultura de la interioridad subjetiva; el mundo emocional de la burguesía se generaliza, también un trabajador del acero en paro en Chicago puede ahora amar apasionadamente y desear sexualmente a su mujer, dependiente de la reproducción familiar; del mismo modo, una trabajadora de la cadena de montaje puede ahora mover también su cuerpo de modo emocional, no sólo como una máquina.

La música pop es suficientemente sencilla como para presentar contenidos en formas estéticas fácilmente comunicables y comprensibles. Los descubrimientos técnicos –el LP, la mejora del sistema radiofónico, de la técnica de micrófonos y amplificadores– favorecen este proceso. La música pop se convierte en el arte dominante como mercancía, como disco, mientras que la música seria va perdiendo relevancia. Pero la música pop no solo afirma su status de forma acústica, sino también óptica, visual: el cine y la televisión son los medios fundamentales para la música, hasta que en 1981 nace la televisión musical. La cultura pop es sinónimo de música pop. Pero este vínculo es destructivo: el pop se desvincula de sus formas musicales, las destruye y convierte lo musical en algo amorfo, y por tanto absurdo, irrelevante, banal, mero espectáculo óptico. Esto puede apreciarse en distintos fenómenos musicales: las melodías de móvil son un extremo, el otro extremo serían las poderosas escenificaciones visuales en los conciertos, tanto de los clásicos del rock –como los Rolling Stones o Pink Floyd– como en la ópera y el musical, que literalmente quieren ganarse a sus consumidores visualmente y a cualquier precio. En este proceso se revela que la música pierde su posición como arte dominante, que ya no tiene la función simbólica que tenía hace diez o quince años. También aquí podría confirmarse la tesis del “fin del arte”.

JM – Usted ha escrito que “la industria cultural no es una forma particular de cultura, sino la cultura misma: como sociedad”. El capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración* comienza con ejemplos de urbanística, y usted mismo ha realizado análisis muy convincentes sobre IKEA como fenómeno de la cultura de masas. ¿Cómo distinguir entonces la industria cultural de la vida cotidiana? Si hoy el deporte, el turismo, la moda y las redes sociales como

Facebook o Twitter se convierten en sectores de la industria cultural, ¿en qué modo afecta esto a su carácter de sistema?

RB - Si tuviera que responder en una frase: también esta entrevista es industria cultural. Lo que está ocurriendo actualmente continúa con nuevos desarrollos tecnológicos lo que Walter Benjamin y Siegfried Kracauer observaron en los años veinte: una nueva lógica de la imagen hace desaparecer el concepto y se superpone a la realidad. Pero tanto Kracauer como Benjamin defendían la redención de la realidad mediante la imagen, ya sea en la imagen dialéctica o en el cine.

El procedimiento ejemplar de la informática va más allá de esto: nos suministra reproducciones de la realidad que sustituyen nuestra experiencia primaria; la realidad mediática se antepone a la realidad física. En consecuencia, como ideología, las ideas son realmente presentaciones, imágenes que colocamos *antes* de la realidad física. (Un proceso al que –por lo que sé– remitió en primer lugar Vilém Flusser, aunque suena ya a Günther Anders y *Lo anticuado del ser humano*). La paradoja –Žižek habla de paralaje– es entonces que, por una parte, el sistema puede ser representado desde cualquier punto elegido arbitrariamente *como sistema*; por otra, desde cada punto de vista el sistema aparece de modo completamente distinto, asistemático, fragmentado. La industria cultural era el espejo roto en el que cada pedazo reflejaba la imagen del todo; la cultura pop es un montón de fragmentos del espejo en el que cada uno muestra algo distinto. Hoy uno puede demostrar críticamente el capitalismo en una estantería de libros como en Twitter o Facebook; pero reunir estos fenómenos en una crítica de la economía política fundamentada es mucho más difícil...

JM - La fragmentación parece ser por tanto una dimensión fundamental de la industria cultural contemporánea, que dificulta cada vez más la labor crítica. Adorno se refirió a la cultura de masas como una “escuela de la integración”, y reconoció en ella sobre todo tendencias homogeneizadoras y niveladoras. Por el contrario, hoy puede observarse una creciente diferenciación, en la que florecen distintos estilos de vida y subculturas que parecen dar lugar a nuevos potenciales de protesta. A menudo se remite a esta diversidad como una realidad que desmiente las tesis de la industria cultural. ¿Qué opina usted al respecto? ¿No existe una dialéctica constante entre diferenciación e integración, precisamente en fenómenos de la cultura pop? ¿Se puede explicar esta dialéctica con conceptos como “colonización del mundo de la vida”?

RB - En este sentido creo que sigue vigente la afirmación de Adorno: “La desintegración es el secreto de la integración”²⁸. Marcuse había detectado tendencias similares en lo que denominó “tolerancia represiva”. Seguramente hay que distinguir una cultura pop marcada por la diversidad de una industria cultural uniforme; pero esto no refuta la sospecha de que dicha diversidad consiste, pese a todo, en un número limitado de modelos, estereotipos y standards. Por ejemplo: en los últimos años, los *Gender Studies* se han establecido a nivel académico en muchas universidades; las “queer politics” se han convertido en ámbito de estudio académico. Y, pese a todo, el mundo científico-universitario sigue dominado por roles de género bastante crudos, el comportamiento masculino-autoritario determina la estructura de los seminarios, los exámenes y por último también los contenidos. Se alaba a Madonna por su juego post-feminista con el género, hoy lo hacen Lady Gaga y otros. Se trata de fenómenos que pueden leerse incluso en la prensa sensacionalista, que por lo demás sigue presentando una amplia gama de sexismos. En un programa de televisión, una comisario de policía lesbiana lucha contra la criminalidad al servicio del estado; mientras que, en otro, los adolescentes pueden ponerse a prueba lanzándose insultos homófobos unos a otros. Se trata de un “*anything goes*” de las imágenes, un espectáculo de la arbitrariedad. Esto ya ha sido diagnosticado por la teoría crítica postmoderna de Lyotard, Jameson o también Flusser: la diversificación general no significa necesariamente más libertad. De hecho esta diversificación coincide más bien con una nivelación (Peter Brückner). Por ejemplo, la diversidad de la música pop de finales de los setenta y ochenta, que iba del metal al techno, abarcando hip hop, New Wave, hardcore, industrial, postpunk, etc. se ha desvanecido. Lo que había en ella de inadaptable, de subversivo, de interesante en absoluto, resulta hoy tan difícil de encontrar como una aguja en un pajar. A esto se añaden también transformaciones técnicas, y en este sentido debo decir que no comparto la euforia sobre la Web 2.0 y similares: con la multiplicación de posibilidades técnicas se multiplican sobre todo las posibilidades de dar rienda suelta a los resentimientos, sin ningún tipo de filtro o inhibición. En casi todas las listas de comentarios de los clips de YouTube, lo que se manifiesta es el carácter autoritario y conformista. Se trata de fenómenos que aún pueden analizarse con el diagnóstico benjaminiano de la “estetización de la política”; es más, entre tanto esta estetización de la política define la forma de vida generalizada, la praxis cotidiana, el “*lifestyle*”.

²⁸ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 51.

Lo que Habermas describió como “colonización del mundo de la vida”, un diagnóstico que Oskar Negt y Alexander Kluge afilaron con la tesis de un “imperialismo hacia dentro”, designa solo una dirección de esta estetización de la política. También hay retro-acoplamientos desde dentro hacia fuera, de la interioridad hacia la sociedad. Así surge, no sólo una diversificación de culturas de protesta subversivas, sino también una diversificación del poder, de las coacciones y de la violencia. La consecuencia es, paradójicamente, una ausencia de consecuencias por parte de la cultura; “*alles macht weiter*” [todo sigue adelante], dice un poema de Rolf Dieter Brinkmann.

En la sociedad del espectáculo, lo que denominamos “cultura” se coagula en complejos simbólicos. El sentido y el significado del mundo ya no designan una relación práctica y material con el mundo, sino sólo ideología, ideas, imaginarios, fantasmagorías. También la cultura de protesta es, sobre todo, una cultura simbólica. Se trata de formas simbólicas que pierden toda substancialidad, que se agotan en su función –si puedo aplicar de modo muy laxo la distinción de Cassirer entre el concepto de substancia y el concepto de función–. La pluralización de estas formas lleva a una “catástrofe semiótica”, como la ha denominado Diedrich Diederichsen: un signo remite sólo a otro signo, la protesta cultural se convierte en algo redundante: en un signo con fin en sí mismo. También esto coloniza nuestro mundo de la vida, porque nosotros mismos reproducimos igualmente esta redundancia de signos sin sentido.

JM – Vivimos en una sociedad en la que ya no parece existir un “afuera” de la industria cultural. ¿Qué consecuencias tiene esto sobre la producción, el consumo y la crítica de la cultura? Es más, en este contexto, ¿cómo es posible un comportamiento crítico? ¿Pueden mantenerse aún las aspiraciones de felicidad, libertad o emancipación que impulsaran a la Teoría Crítica “clásica”? ¿Cabe esperar una transformación funcional de las relaciones de producción y de recepción de la industria cultural?

RB – La undécima tesis de Marx sobre Feuerbach, según la cual no se trata solo de interpretar el mundo, sino de transformarlo, ha preservado toda su actualidad; más aún: desde hace tiempo ya no es sólo un *dictum* para filósofos, sino para todos. Pero esto no significa en absoluto una llamada al accionismo; se trata de recuperar la fuerza transformadora del pensamiento, no de entregarse a una rabia ciega. En su famoso ensayo de 1937, “Teoría tradicional y teoría crítica”, Horkheimer

escribe una nota al pie sobre el comportamiento crítico: éste reúne lo que Kant formulara como crítica del conocimiento con lo que Marx elaborara como crítica de la economía política. Mientras Horkheimer escribía esto, la sombra de la aniquilación se cernía sobre Europa y el mundo. Los horrores cometidos por seres humanos han dañado también la posibilidad de la crítica; la injusticia produce rabia, la amenaza de la catástrofe –allí donde ésta no es ya una realidad consumada– produce resignación. Adorno ha señalado la necesidad de resistir a ésta en uno de sus últimos textos, de 1969: “Quien piensa, a pesar de toda su crítica, no está furioso: el pensamiento ha sublimado la rabia. Como no tiene que pasar por esto, tampoco quiere que otros pasen por ello. La felicidad que se abre en la mirada de quien piensa es la de la humanidad. La tendencia represiva universal se dirige contra el pensamiento en cuanto tal. Éste comporta felicidad incluso cuando constata la infelicidad: en la medida en que la reconoce como tal. Sólo así puede introducirse la felicidad en la infelicidad universal. Quien no deja que esta posibilidad se atrofia, ese no se ha resignado”²⁹. Apenas es posible decir hoy algo más radical sobre la actitud crítica de una *teoría*. Lo que va más allá de esto es la confianza en nosotros mismos, como seres humanos: la confianza en que hemos conservado un resto de voluntad utópica y fantasía social para atrevernos a realizar lo que Ernst Bloch ha denominado *experimentum mundi* y su hijo Jan-Robert Bloch a esbozado con el concepto de “comunismo en construcción”. La historia nos enseña que ningún intento de transformación puede surgir únicamente de la menesterosidad y la desesperación.

En la *Dialéctica negativa*, Adorno señala lúcidamente: “Los intereses metafísicos de los seres humanos requieren la percepción no disminuida de sus intereses materiales”³⁰. La industria cultural pop insinúa la satisfacción de lo metafísico incluso allí donde se niega la realización de las necesidades materiales. Pero al mismo tiempo sigue siendo –como lo fuera una vez la religión– el único lugar donde pueden articularse intereses metafísicos. La tarea de la crítica consiste también en liberar estas articulaciones de la ideología. Y esto tiene su inmanencia dialéctica: porque, al fin y al cabo, la crítica es también parte del todo que ella misma –de acuerdo con su tarea determinante y decisiva– debe esclarecer³¹.

²⁹ Theodor W. ADORNO, “Resignation”, GS 10.2, pág. 798 s.

³⁰ Theodor W. ADORNO, *Negative Dialektik*, GS 6, pág. 391.

³¹ Cfr. Christine RESCH y Heinz STEINERT, “Kritik. Vom Schimpfen am Stammtisch über technokratische Verbesserungsvorschläge zur reflexiven Herrschaftsanalyse”, el texto será publicado en el número 32/33 de la *Zeitschrift für kritische Theorie* (2011). Steinert ha fallecido en marzo de 2011.

JM – Sus trabajos intentan a menudo mostrar potenciales de protesta en la cultura pop, y en este sentido ha remitido en algunas ocasiones al motivo adorniano de la “salvación de lo carente de esperanza”. ¿Cómo debe entenderse esto? ¿En qué consisten los potenciales y los límites de la cultura pop? ¿Puede salvarse en ella el interés adorniano en la experiencia y la subjetividad frente a las tendencias infantilizadoras y regresivas de la industria cultural? ¿O las advertencias benjaminianas sobre la estetización de la política?

RB – La salvación de lo carente de esperanza es una figura dialéctica. En *Dialéctica de la Ilustración*, Adorno y Horkheimer citan un pasaje del Patmos de Hölderlin: “pero donde está el peligro, crece/ también la salvación”. Y la frase de Benjamin es sobradamente conocida: “Sólo en virtud de los desesperados nos es dada la esperanza”³². Marcuse la cita al final de su *One-Dimensional Man*, al mismo tiempo como cierre y como resolución de su obra. Marcuse fecha estas palabras “en el comienzo de la era fascista”. Fueron escritas en el ensayo de Benjamin de 1924, “Sobre las afinidades electivas de Goethe”; *El hombre unidimensional* fue publicado cuatro décadas más tarde, en 1964.

En los años veinte se contraponen fuerzas reaccionarias y progresistas; los primeros y aún prometedores años de la sociedad soviética, las vanguardias política y artísticamente radicales, el anarquismo y el surrealismo, un marxismo crítico (Korsch, Lukács, fundación del Instituto de Investigación Social) coexistían con la expansión sin contemplaciones de la lógica de valoración del capitalismo, finalmente con el fascismo y la guerra.

En los años sesenta, los “dorados años veinte” se repiten bajo el signo del pop. Por un parte, la “sociedad industrial avanzada” de la posguerra se revela como “sociedad unidimensional” que integra completamente a los seres humanos –Marcuse habla de un “capitalismo corporativo”, Adorno del “mundo totalmente administrado”–. Por otra parte se constituyen nuevos movimientos de oposición en los que la exigencia de libertad, emancipación y satisfacción de la existencia adquiere de nuevo una perspectiva radical –política y estéticamente–, con la que puede quebrantarse la unidimensionalidad dominante. Cinco años más tarde, en su *Essay on Liberation*, Marcuse registraba esto como “nueva sensibilidad” y “fundamento bioló-

³² Walter BENJAMIN, *Goethes Wahlverwandschaften*, en *Gesammelte Schriften I-1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992, pág. 201.

gico del socialismo”. De este modo remitía también a la cultura pop de estos años, al Rock 'n' Roll y el Living Theater, estaba en contacto con los surrealistas de Chicago agrupados en torno a Franklin y Penelope Rosemont y al Black Panther Party –Angela Davis había estudiado con él–. Marcuse veía aquí algo que en los años veinte se había limitado a los movimientos artísticos radicales: la posibilidad de una “Great Refusal” (a este concepto de Alfred North Whitehead había recurrido Marcuse ya en 1955, en *Eros y civilización*).

Sabemos que también esta esperanza se vio defraudada: algo que resultaba visible ya a comienzos de los años setenta, y que el propio Marcuse registró (por ejemplo en “Contrarrevolución y revuelta”). La propia cultura pop se revela una fuerza de integración social, y es expresión de la misma “ideología del capitalismo avanzado” que el propio Marcuse analiza; requiere unidimensionalidad, condensa a nivel “cultural” la identificación de los seres humanos con los bienes de consumo, es decir, con la producción de mercancías. También aquí sigue escribiéndose la dialéctica de la cultura: porque hay potenciales subversivos en el pop. Precisamente en el pop se defiende lo que Adorno denominara “experiencia no reglamentada” – si bien de forma distorsionada, llena de contradicciones, fracasando una y otra vez y recomenzando siempre de nuevo. Se trata de potenciales muy dispares y diseminados, y sería una tontería declarar el “punk”, el “techno” o el “hip-hop” como algo subversivo en sí mismo. En el punk hay momentos muy regresivos, como en el pop en general; pero también hay otros elementos –no sólo en el punk y demás, sino también en las producciones más estúpidas de la industria cultural–. Pero esto depende del “factor subjetivo”, requiere un voluntarismo radical del individuo, de su deseo de tener experiencias no reglamentadas, finalmente del esfuerzo por no dejarse atontar (“ni por el poder de los otros ni por la propia impotencia”, como escribiera Adorno³³); es decir: requiere en sí mismo un momento de experiencia no reglamentada que posibilita la esperanza incluso la utopía.

Este potencial subversivo es inherente a las circunstancias existentes, no es nada que venga de fuera, impoluto, limpio, auténtico. La dialéctica de la cultura consiste también en esto: el espectáculo sólo puede ser superado mediante el espectáculo mismo. En palabras de Adorno: “cada uno de los rasgos del contexto de ofuscación es relevante para su posible final”³⁴. Por ello tampoco puede decirse que el contexto de ofuscación no sea tan tremendo, o incluso que contenga potenciales de resis-

³³ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 62.

³⁴ Theodor W. ADORNO, “Fortschritt”, GS 10.2, pág. 622.

tencia; en el *Fausto* de Goethe o en una sinfonía de Gustav Mahler, en Picasso o incluso en Duchamp, puede demostrarse *objetivamente* en su material un contenido estético, crítico, incluso emancipatorio. En el pop, que ya no puede ser comprendido desde esta estética de la obra, el contenido crítico sólo puede ser mediado de forma subjetiva.

Una vez más: la posibilidad de una experiencia no reglamentada presupone ya un fermento de realidad de experiencia no reglamentada; quizá podría hablarse –con Cassirer– de la pregnancia simbólica de esta experiencia. Esta pregnancia simbólica puede encontrarse en las “artes principales” del pop: la música y el cine. Ambas son al mismo tiempo “masilla” y “dinamita”: Mientras que generalmente el pop funciona como una estética de la confianza, en él puede encontrarse también una estética de la desconfianza³⁵.

Pero también el pop tiene su historia, y también él se ve afectado por la lógica de la descomposición. Desde finales de los años setenta puede apreciarse una progresiva debilitación de sus potenciales subversivos, en la que lo subjetivo deja progresivamente paso al subjetivismo, el pop pasa a ser banal y la praxis subversiva se convierte en pseudo-praxis. Se nos fuerza cada vez más a una posición de meros espectadores u oyentes, y la experiencia no reglamentada se convierte en una experiencia aún no regulada o conforme a reglas. De repente nos vemos a nosotros mismos del lado de los carentes de esperanza. Y al final sólo nos queda una pregunta que encontré recientemente en la página web de unos activistas anarquistas: “Do you have ideas or do ideas have you?”.

³⁵ A propósito de películas como *Alphaville* de Godard, Uwe Nettelbeck ha hablado de un cine de la desconfianza –frente al habitual cine de la confianza– (cfr. Uwe NETTELBECK, *Keine Ahnung von Kunst und wenig von Geschäft. Filmkritik 1963-1968*, Hamburgo: Philo Fine Arts, 2011, pág. 151).

INDUSTRIA CULTURAL, AYER Y HOY

DETLEV CLAUSSEN*

d.claussen@ish.uni-hannover.de

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 11 de septiembre de 2011

Al hablar de “industria cultural” es importante no perder de vista la ironía del concepto. Muchos se toman esta expresión demasiado en serio, y al hacerlo pasan por alto un elemento decisivo. El concepto de industria cultural ha corrido un destino similar al de los conceptos marxianos. En la década de 1930, cuando intentaba afinar el concepto de teoría crítica, Horkheimer escribió que la mayoría de la gente no percibe en absoluto la ironía de los conceptos marxianos y los toma siempre al pie de la letra. Esta ironía significa que los conceptos tienen una objetividad, pero también una dimensión subjetiva. Sin ironía, la fluidez de los conceptos se solidifica y éstos se convierten en juicios inmóviles. En este sentido existe una diferencia entre la teoría crítica de Marx y los marxismos. Podría decirse que los marxismos (el de la Segunda Internacional, el marxismo ruso del Comintern, el marxismo chino y el marxismo académico occidental después de 1945) funcionan como un gran sistema judicial. Pero la transformación fundamental entre la teoría marxiana y la hegeliana es que, en Marx, la teoría ya no da lugar a un sistema, sino que es crítica del sistema. De ahí que la ironía esté necesariamente inscrita en sus conceptos: de lo contrario reproduciría el sistema social. Esta diferencia entre Hegel y Marx es mucho más relevante que la contraposición entre idealismo y materialismo; el mundo material y sensible está muy presente en Hegel, pero está sometido a la forma del sistema: de ahí su carácter apologético. “Industria cultural” es una construcción conceptual irónica, en la tradición de la crítica marxiana. Pese a que su ironía salta a la vista, la recepción mayoritaria –sobre todo la académica– la malinterpreta una y otra vez. Aquí puede apreciarse la fuerza arrolladora de esta mala recepción, que bloquea la percepción del verdadero análisis de la industria cultural.

* Leibniz Universität Hannover.

El concepto de industria cultural fue acuñado en los años treinta y cuarenta. Para poder comprender su ironía hay que pensar en los productores de Hollywood durante esta época: eran empresarios aventureros, en el fondo unos perfectos *outsiders*. Los años treinta estuvieron marcados por el triunfo de la sociedad industrial norteamericana: era la época del *New Deal*, de la salida del fango de la crisis económica mundial, una crisis social del sistema capitalista en la que estaba en juego su existencia. En aquellos años floreció un gran culto a la industria: las grandes industrias re-emergentes (la del acero, la eléctrica o la automovilística) se festejaban a sí mismas a lo grande. Los productores de Hollywood querían homenajear a sus estrellas del mismo modo que los grandes productores industriales homenajearan a sus mejores vendedores: así es como surgió el Oscar. Se trata de una dinámica absurda, porque pasa completamente por alto la especificidad del producto cultural. Sus consecuencias pueden apreciarse aún hoy en el fetichismo difundido por cierta crítica cultural: la cantinela del “gran artista”, al que se celebra como una estrella del pop, pese a que nadie le conocería sin las estrategias de marketing organizadas hasta los últimos detalles; de este modo se desatiende el proceso de producción cultural, que tiene siempre algo de retrasado y artesanal, frente al proceso de producción industrial. Pero al mismo tiempo, en una época en la que empresas de primera fila pueden surgir en un garaje, este mito puede convertirse también en ideología. La industria del entretenimiento, el *business* cultural y el capital están hoy amalgamados en un grado apenas comparable con el de 1944.

En la época en que se escribió *Dialéctica de la Ilustración*, la forma de producción más avanzada y más socializada de la industria cultural era el cine. Pero, para que el cine pudiera llevar a la industria cultural a adquirir un carácter sistemático, necesitaba el trabajo previo de la radio. A menudo se olvida que la radio era algo que los teóricos críticos de la República de Weimar conocían de cerca. En los años veinte la radio no sólo era una gran novedad, sino que para estos intelectuales representaba también una posibilidad de ganar dinero. Walter Benjamin, que se encontraba en una situación económica delicada, había hecho a menudo programas de radio. Pero, en comparación con nuestros días, la situación era entonces más abierta y menos sistemática. Si hoy un Benjamin se presentara en una emisora de radio, probablemente no llegaría a entrar en ninguna redacción: no habría sitio para él. Pero también Hollywood, que entretanto se ha convertido en un mito, funcionaba en los años treinta de modo totalmente asistemático. En estos años los emigrantes tramaban a menudo planes para establecerse en Hollywood y poder ganarse un sus-

tento. Bertolt Brecht y Salka Viertel querían escribir un gran éxito para poner fin a su miseria económica. Brecht había insistido en que Fritz Lang rodara “Los verdugos también mueren”, una película bastante política. Cuando Lang consiguió poner en marcha el proyecto en Hollywood, Brecht quería que Helene Weigel actuara en la película, ¡pero Weigel no sabía hablar inglés! En sus anotaciones, Brecht hizo un gran show de esta anécdota.

Adorno y Horkheimer conocían perfectamente el funcionamiento del mundo del cine, y en Hollywood hablaban día y noche sobre películas. Eran *insiders*, no exponentes de la burguesía culta alemana, arrogantes y ajenos al mundo. Horkheimer tenía una estrecha amistad con William Dieterle, y Adorno con Fritz Lang. Sin estas amistades no se hubieran ido a California. Para ellos la industria cultural no era sólo un concepto irónico, sino también una experiencia viva: una dimensión fundamental de su experiencia americana. Por eso estaban en el lugar adecuado cuando comenzó a delinearse una transformación epocal: la transición del cine a la televisión. California, donde Adorno y Horkheimer vivían, fue el primer sector provisto de aparatos de televisión. El boom televisivo en los Estados Unidos data de 1948, a Alemania no llegaría hasta 1958, a España e Italia poco después, porque allí los salarios subieron un poco más tarde. California era por tanto el puesto de observación más avanzado para analizar las transformaciones epocales. Esto permitió a los teóricos críticos reconocer muy pronto tendencias fundamentales de la industria cultural, por ejemplo en la crítica al biografismo llevada a cabo en textos como “La moda biográfica” de Leo Löwenthal. El formato biográfico surgió primero en las revistas, más tarde, en los años cuarenta, se inventó la categoría del “biopic” (Dieterle fue un pionero en este terreno), y poco después todo producto de la industria cultural se veía sometido a las reglas del biografismo. Estrellas de la literatura biográfica en la República de Weimar, como Emil Ludwig, fueron bien recibidas en Hollywood. Los teóricos críticos detectaron aquí algo fundamental, cuyo alcance es aun visible en la actualidad: hoy no hay librería moderna que no disponga de una sección de biografías. Los editores saben que muchas cosas solo pueden venderse si se presentan al público siguiendo los esquemas de la biografía.

Para entender la diferencia histórica que nos separa de los teóricos críticos “clásicos” es necesario comprender la relación con la tradición que se establecía entonces. Ellos habían asistido al proceso de destrucción de la tradición. En este período, la industria cultural intentaba conquistar la cultura tradicional burguesa o utilizarla como materia prima. Por ello se producían tantas películas históricas y se

adaptaban textos literarios. Lo interesante es que este concepto de “adaptación” funciona aquí como en el darwinismo social: adaptar un material quiere decir ajustarlo a las nuevas condiciones, en sentido estrictamente darwinista. Pero esta “apropiación” transformaba completamente los materiales culturales recibidos: la tradición burguesa era devorada. Se la consumía porque la industria cultural no tiene otra fuerza que la impulse, funciona como un combustible fósil: *solo* existe ese material para mantener su maquinaria en funcionamiento. Una vez que este mecanismo había agotado la tradición burguesa, pasa a la pre-burguesa: por eso se hacen tantas películas sobre religión y sobre la Edad Media.

Si observamos esta dinámica de la industria cultural a distancia, resulta patente que lo que entonces ocurría de forma asistemática o indómita es desde hace tiempo una realidad consumada: se nos presenta como una segunda naturaleza. A finales de los años cincuenta, la prensa *high-brow* aún se preguntaba: “¿se puede escribir en revistas sin comprometer la propia reputación?”. Hoy ya nadie se plantearía algo semejante, sino que aprovecharía la ocasión en cuanto se le presentara. Esto indica un nuevo punto de partida: ya no hay un afuera de la industria cultural. Esto es algo que hoy todo productor intelectual tiene que asumir, se trata de una realidad que no puede negarse, independientemente de las convicciones subjetivas. La cuestión es cómo se puede usar este marco en beneficio del propio trabajo: ¿puede lograrse que un público no estrictamente filosófico se interese por Adorno si uno se sirve de la forma biográfica y la transforma? Desde luego, si no existiera la demanda de biografías, tampoco existiría esta ocasión. Por eso resulta inadecuado plantearse cómo se puede ofrecer resistencia contra la industria cultural. No se trata de sabotaje, sino de cómo servirse de este proceso para desarrollar las propias fuerzas. Porque la industria cultural no es un sistema ajeno que se impone desde fuera: “colonización del mundo de la vida” es una expresión engañosa, sentimentalizante. Esta expresión presupone un fetichismo de lo genuino y lo originario, da por supuesto la existencia de algo auténtico que luego es colonizado. Por el contrario, la materia prima siempre está mediada culturalmente: la fuerza crítica no proviene de la autenticidad o la originariedad, sino que se desarrolla en la soberanía sobre los medios. Por ello hay que hacer uso de las tecnologías culturales disponibles: la aversión a la técnica es índice de un conservadurismo cultural estrecho de miras. Cuando Adorno y Eisler escribieron *Composición para el cine* no partieron de un rechazo abstracto del cine, sino que se preguntaron cuáles eran los medios disponibles para transformar la música cinematográfica y dar lugar a un cine

mejor. Si sólo se puede trabajar en la industria cultural, se trata ante todo de saber hacer, esto es, de si uno logra desatar elementos lúdicos, de si consigue que el público se libere del poder del sistema o, al menos, que libere su mente: estas son las posibilidades que tenemos hoy.

El concepto de industria cultural surgió en el punto culminante de la era industrial, pero hace tiempo que ésta ha quedado atrás. Por supuesto, no hay que tomar la denominación “edad post-industrial” al pie de la letra: los rasgos de la era del capitalismo industrial siguen estando ahí, pero la situación es claramente distinta. Por una parte sigue habiendo producción en masa, una producción estremecedora de baratijas, de cosas que nadie necesita. Pero, por otra parte, hay también nuevas posibilidades. Por ejemplo, Bob Dylan es un poeta de una calidad excepcional. Hace cien años casi nadie sabía nada de Baudelaire, Heine, etc. Sin embargo, si se pregunta hoy a un chiquillo en la calle, puede cantar más o menos alguna canción de Dylan. Esto pone de manifiesto potenciales en los que nadie había pensado hasta ahora: que algo así pueda llegar a la gente, no según criterios filológicos o de *high brow*, sino a gente joven. Sin la industria cultural no hubiera sido posible.

En la década de 1960, Adorno había tenido aun que combatir la pseudo-cultura. La pseudo-cultura era producto de una formación burguesa malograda, que sólo permitía una relación deformada con los productos espirituales: algunos veneraban el arte y la cultura, pero como algo totalmente al margen de sus vidas, como una especie de religión del arte; otros se sentían obligados a hacer ver que habían logrado ascender a los estratos superiores de la sociedad y que estaban informados –lo que Bourdieu ha tematizado más tarde–. Hoy esto ya no es así: en Fráncfort, una encuesta reciente ha revelado que un 70% de los encuestados no sabía quién era Goethe. La tradición ya no es siquiera una reserva protegida, porque la mayoría de seres humanos no tiene relación alguna con la cultura burguesa; pero esto representa también una oportunidad enorme. En un seminario que dediqué a los escritos musicales de Adorno, los estudiantes escucharon por primera vez música de Schönberg. Y estaban entusiasmados, porque era un tipo de música que no habían oído nunca. Cuando el oído ya no te dicta que la melodía tiene que ir de una determinada manera, o que tiene que reproducir las armonías más sencillas; cuando la enésima canción te aburre hasta lo indecible porque siempre es lo mismo, uno acaba por sentirse aprisionado, atascado. Pero, si se escucha inesperadamente algo distinto, pueden abrirse nuevas posibilidades.

Por supuesto, en este proceso surgen también problemas: tampoco quisiera idealizarlo. Pero hoy nos encontramos en una situación de transición, en la que son posibles otras experiencias. El mayor problema es que las instituciones y espacios culturales presentan los productos culturales al público de modo tan autoritario que la cultura se convierte en algo represivo: en algo que uno *debe* aprender. Pero, por otra parte, incluso en series policíacas standard como *Tatort*^{*}, hay señales de que el público quiere una música distinta, porque ha comprendido que el condimento musical habitual, con su típica forma de dramatización, violines desde la izquierda, etc., no es en absoluto sugestiva. Es decir, a medio plazo, los redactores de entretenimiento se van dando cuenta de que, para que el público responda, tienen que presentar cosas nuevas: eso permite el uso de nuevos sonidos.

En tanto que intelectuales o teóricos, no tenemos otra opción que trabajar en la industria cultural, pero tampoco estamos completamente en sus manos. Por una parte tenemos una sobreabundancia increíble, una enorme aglomeración de bienes, tanto en la producción material como en la cultural, un excedente gigantesco de trabajo muerto. Podríamos decir que lo que un día fuera la pesadilla de las generaciones muertas es hoy esta pesadilla del trabajo muerto, que gravita sobre nosotros. También la ciencia se ha integrado en esta lógica productiva, y por ello conviene observarla con la mayor desconfianza. Los índices de impacto y los carteles de citas son un sinsentido repulsivo, son índice del “llegar demasiado tarde” de la ciencia y de la cultura. La gran mayoría de artículos científicos no vale nada: la cuestión no es si se ha leído toda la literatura sobre el tema, sino si, después de haber leído el texto, uno sabe más que antes. Lo mismo ocurre con los productos artísticos: se trata de posibilitar nuevas experiencias. Por ello, la tarea de la crítica en este proceso es insistir en el valor de uso de modo insobornable: ¿en qué consiste el producto?, ¿qué es lo que muestra?, ¿qué tiene que decir su productor?, después de haberlo visto u oído, ¿sé más o menos que antes?

El trabajo crítico dentro de la industria cultural incluye también una relación crítica con la tradición. Tenemos que asumir que la tradición ya no existe, y que eso nos ofrece una gran oportunidad: ya no estamos en manos de ninguna tradición, sino que podemos trabajar en la construcción de nuevas tradiciones. Hoy podemos decir que la esperanza en lo completamente otro era una idea abstracta. Debemos trabajar con lo que tenemos para producir algo que no

^{*} *Tatort* es una serie policíaca de la televisión pública alemana, que se emite semanalmente desde 1970 y goza de gran popularidad (N. del T.).

tenemos. Se trata de una vieja idea de Benjamin: basta desplazar mínimamente las cosas para que surja algo completamente nuevo. Cuando uno sólo es capaz de reconocer en lo nuevo lo viejo, es simplemente reduccionista. Porque también la relación entre lo nuevo y lo viejo se ha transformado.

En vista de los procesos sociales de desaparición de la experiencia, nos enfrentamos a una tarea de reconstitución de la experiencia. La industria cultural globalizada nos ofrece la posibilidad de conocer lo que ocurre en el otro extremo del mundo. Pero la representación mediática distorsiona el carácter de la simultaneidad global. Eso pone de manifiesto la actualidad de la idea adorniana de transferir lo intransferible. Las experiencias recientes del mundo árabe, o las que transmite el escritor chino Liao Yiwu, son una señal del estado actual del mundo: hay que intentar introducir las en la percepción de la sociedad. Eso no significa la idealización del otro –porque, cuando la idealización se derrumba, se pasa al extremo opuesto–, sino una experiencia diferenciada. Hay que tomar conciencia de los problemas de dicha transferencia para poder percibir las diferencias. Se trata de reconocer la tensión entre lo que ya se ha asimilado y lo que está aún por asimilar. Porque la producción intelectual y artística vive de estos desniveles. Eso es lo que permite que uno no se vea avasallado por el “debe-ser-así-y-no-de-otro-modo” de la gran industria, las macro-empresas de entretenimiento, etc. Porque, por fortuna, esa no es toda la verdad. No debe ser necesariamente así, sino que también puede ser de otro modo.

Traducción del alemán: Jordi Maiso

CONTINUAR LA CRÍTICA DE LA INDUSTRIA CULTURAL

JORDI MAISO*
jordi.maiso@gmail.com

Fecha de recepción: 30 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 14 de noviembre de 2011

La crítica de la industria cultural es una de las contribuciones más conocidas y discutidas de la Teoría Crítica “clásica”. Pero las experiencias que se articulan en ella amenazan con desaparecer de la conciencia. El propio término “industria cultural” ha llegado a hacer carrera, pero se ha convertido en un tópico que designa todo y nada. La ironía y la resonancia crítica con la que fuera concebido pasan hoy desapercibidas, hasta el punto de que ciertos productores culturales han hecho suya la denominación de “industrias culturales” (en plural), e incluso hay quien no tiene reparos en hablar de “*creative industries*”. Sin duda, en esta reivindicación afirmativa del término cobra expresión una creciente distancia de los planteamientos de Horkheimer y Adorno; de hecho no sólo el concepto, también el análisis de la industria cultural a cargo de la Teoría Crítica tiende a ser percibido de modo cada vez más banalizante.

Para varias generaciones de estudiantes y académicos, los nombres de Adorno y Benjamin han quedado en gran medida asociados a la crítica de la “cultura de masas” —especialmente del cine, el jazz y los medios de comunicación—, pero apenas se percibe el lugar de esta crítica en sus respectivas obras. Los análisis de ambos autores han sido asimilados de acuerdo con un esquema plano y fácilmente digerible, hasta reducir sus figuras a caricaturas ejemplares. Benjamin sería el intelectual progresista y visionario que fue capaz de captar el potencial emancipatorio de los nuevos medios, mientras que Adorno aparece como prototipo de un conservadurismo

* Freie Universität zu Berlin.

cultural cuya crítica no debería ser tomada muy en serio, puesto que está formulada desde el resentimiento elitista ante el surgimiento de una cultura de masas que anunciaba el hundimiento de la vieja cultura burguesa. Esta estilización dicotómica puede ser eficaz, pero es sin duda falsificadora. En ella se obvia el contexto en el que Benjamin reivindica los potenciales de la “recepción dispersa” –por lo demás en gran medida neutralizados en el desarrollo audiovisual posterior–, y se pasa por alto que la crítica de Adorno no está marcada por la nostalgia de la cultura burguesa, sino por su cercanía al radicalismo estético del primer tercio del siglo XX y por la experiencia de su erradicación social. De acuerdo con ello, la industria cultural aparece como una de las fuerzas estabilizadoras que truncó la posibilidad de un arte nuevo unido a la esperanza de una sociedad emancipada; en lugar de un desarrollo autónomo y soberano del arte y la cultura, la producción artística y cultural quedó sometida a las exigencias de la reproducción de la sociedad vigente. Por su parte, quienes reivindican a Benjamin frente a las tesis de Horkheimer y Adorno no tienen en cuenta el lugar del análisis de la industria cultural en el conjunto de *Dialéctica de la Ilustración*, y su lectura de los textos es –por decirlo suavemente– altamente selectiva.

En definitiva, la discusión sobre la crítica de la industria cultural está marcada por prejuicios y perspectivas de deseo que han deformado los planteamientos de la Teoría Crítica hasta hacerlos aparecer como una crítica nostálgica y elitista, como una negación abstracta de la cultura de masas. Huelga señalar que semejante lectura no se sostiene¹; su procedimiento característico es la personalización y la reducción *ad hominem*: la crítica es explicada desde las convicciones subjetivas de los autores, no desde la dinámica de la realidad criticada y del lugar de los críticos en ella. Y sin embargo esta visión ha logrado imponerse, dando lugar a una falsa familiaridad con los planteamientos de los teóricos críticos que obstaculiza la percepción de cuanto puede haber aún de relevante en ellos. De ahí la necesidad de clari-

¹ Los teóricos críticos eran perfectamente conscientes de que la imposición de la industria cultural les afectaba también a ellos, y de que no se podía escapar a ella por mero voluntarismo: “El distanciado está tan implicado como el afanoso; frente a éste no tiene otra ventaja que la conciencia de su propia implicación y la fortuna de la ínfima libertad que le permite dicho conocimiento” (Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, en *Gesammelte Schriften* 4, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2003 [en adelante GS seguido del número], pág. 27). De acuerdo con ello, y conscientes de su posición privilegiada en la división social del trabajo, Adorno y Horkheimer no articularon su crítica desde el desdén elitista de la demanda de diversión, sino que la dirigieron contra la espiritualización forzada de dicha demanda: “La industria cultural es depravada, pero no en tanto que Babel del pecado, sino en tanto que catedral de la diversión elevada” (Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 170).

ficar el marco teórico en el que se inscribe la crítica de la industria cultural y su posible actualidad.

En primer lugar, la confusión de la crítica de la industria cultural con una simple crítica de los medios de comunicación, el cine, el jazz ha reducido el problema a alguna de sus manifestaciones prototípicas. Y es que la crítica de la industria cultural no es una crítica de la cultura, sino una crítica de la sociedad, que se centra en el lugar que una cierta noción de “cultura” –asociada al surgimiento del “tiempo libre” como contrapuesto al “tiempo de trabajo”– pasa a ocupar en la transformación estructural de la sociedad a comienzos del pasado siglo. En definitiva, lo que está en juego es la comprensión de una sociedad en transformación y sus implicaciones. La industria cultural remite ante todo a una nueva configuración social en la que la producción de cultura no logra rebasar el contexto social y económico en el que surge, fracasando para articularse de manera soberana y autónoma: los productos culturales, que siempre habían sido también mercancías, pasan a ser *exclusivamente* mercancías². Pero, en último término, esta problemática alude a la expansión de una red de socialización que va absorbiendo los diferentes sectores de la vida externa e interna. La industria cultural remite a la cotidianeidad del dominio en sus formas más sutiles. Se trata del sometimiento total de la vida al contexto funcional de la sociedad: del mismo modo que los modelos de producción fordistas racionalizan por completo el trabajo, también el llamado “tiempo libre” pasa a ser subordinado a las exigencias de la reproducción social –tanto mediante las formas incipientes de “ocio” de la cultura de masas (deporte, cine, canciones de moda, revistas ilustradas, soap-opera, etc.) como a través de aparatos como la radio y la televisión, que se introducen en los hogares y se convierten en centro de la vida doméstica–. Desde entonces la publicidad, el diseño y el marketing han transformado completamente la vida cotidiana. Hoy las canciones de moda marcan el ritmo de las compras en tiendas y supermercados, y sus estribillos se asocian espontáneamente a los spots publicitarios para los que han sido usados. El cine sigue siendo un ingrediente ineludible de los centros comerciales, y las exigencias de las

² Es conveniente subrayar que la crítica de la industria cultural no se dirige contra el comercio de cultura –sólo en tanto que mercancía pudo el arte conquistar una relativa autonomía–, sino que subraya cómo la absolutización de la forma de la mercancía transforma la cosa misma. Se trata ante todo de un *quid pro quo* de los valores de uso y de cambio: el consumo de los productos culturales pasa a ser, cada vez más, consumo de su valor de cambio, lo que implica la aniquilación del contenido estético y la desartización del arte que señalara Adorno.

grandes multisalas, concebidas como coronación de una tarde de *shopping*, han acabado pesando sobre la producción cinematográfica misma.

El carácter de sistema de la industria cultural, como un todo en el que los diferentes sectores se engarzan entre sí, se ha visto reforzado. Pero no sólo es más invasivo, sino también más poroso y diferenciado. Y es que la industria cultural no es únicamente mercadotecnia, sino también producción sintética del “mundo de la vida”. Éste no es algo “espontáneo” que luego sería “colonizado” por los imperativos sistémicos, sino que es el substrato del que se nutre la praxis y la interacción cotidiana: la red de coacciones, expectativas y deseos que moldean la actitud consciente e inconsciente de los individuos socializados, así como sus modelos de catarsis, identificación y compensación del narcisismo herido, están completamente filtrados por los patrones de la industria cultural. Lo que la teoría crítica “clásica” revela a propósito de la industria cultural es precisamente que las relaciones de dominio determinan la existencia individual y colectiva hasta sus rincones más ocultos –de ahí la insistencia de Adorno en la atrofia de la espontaneidad–.

Sin embargo la crítica de la industria cultural no debe ser malinterpretada como mera denuncia de la “manipulación”. Sin duda Adorno y Horkheimer remiten a la “encarnación de todas las tendencias de la industria cultural en el cuerpo y el alma del público a través del conjunto del proceso social”, que aspira a “la aclimatación de los sentidos al nuevo *tempo*”³. Su análisis pone de manifiesto cómo la industria cultural incide en la constitución material de los sujetos, dando forma a sus modelos de pensamiento, sentimiento y acción para adecuarlos a las condiciones de vida en el capitalismo avanzado. La industria cultural aparece como una “escuela de la integración”, que somete a los sujetos a las exigencias sociales y elimina su capacidad de resistencia. Pero los individuos socializados no son meras víctimas pasivas e impotentes de una coacción que se les impone desde fuera; al contrario, para lograr funcionalizarles, la industria cultural tiene que movilizar sus necesidades y expectativas. Su atractivo reside precisamente en que “planifica la necesidad de felicidad y la explota. La industria cultural tiene su momento de verdad en que satisface una necesidad sustancial resultante del avance social de la privación; pero, por su forma de gratificación, se convierte en lo absolutamente no verdadero”⁴. De ahí que Adorno y Horkheimer se refieran a la industria cultural como “engaño de masas”: su mecanismo moviliza el anhelo de una vida mejor, pero lo funcionaliza

³ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 158 y 160.

⁴ Theodor W. ADORNO, *Ästhetische Theorie*, en GS 7, pág 461.

de acuerdo con las exigencias de la reproducción de lo existente. Sus mercancías canalizan el deseo y producen una fascinación que encadena a los sujetos, en tanto que meros consumidores, al todo social: mediante la estetización de la realidad, que promete convertir la gris cotidianeidad del mundo tal y como es en un paraíso. De ahí que la fusión de publicidad, diseño y marketing se haya convertido en el arte por excelencia.

Aquí es donde se revelan las transformaciones de la cultura de masas: su capacidad de fascinación ya no viene de la duplicación de la realidad en el cine o de las promesas de las canciones de moda, sino que se desplaza cada vez más a la fetichización de aparatos tecnológicos que transforman la relación de los sujetos respecto a la industria cultural. iPods, tabletas, smartphones y videoconsolas de octava generación son los nombres de las nuevas mercancías-totem. Éstas permiten adquirir, almacenar, reproducir y entrelazar los productos de la industria cultural en proporciones antes inimaginables, refuerzan su carácter de sistema y a la vez permiten a sus usuarios un mayor margen de disposición sobre los productos. La producción de estas tecnologías concentra hoy las grandes inversiones de capital; frente a ellas, el cine, la música y los productos culturales han pasado a segundo plano, casi reducidos a mero pretexto para poner los aparatos en funcionamiento y poder interactuar activamente con ellos. A través de estos artilugios, la nueva industria cultural ofrece a los sujetos una promesa de participación en un poder social crecientemente concentrado: su fábrica de sueños ya no se limita a la gran pantalla, sino que aspira a la vida misma: es una promesa de felicidad que cabe en un bolsillo –y mientras las clases medias disfrutan del sentimiento de tener el mundo entero al alcance de su teléfono o tableta, su situación material y laboral está abocada a un degrado sin precedentes: la riqueza que se les ofrece es solo simbólica–. Podría decirse por tanto que, en la incipiente “industria cultural 2.0” (R. Duarte), los aparatos adquieren un nuevo grado de prioridad sobre unos contenidos culturales cada vez más intercambiables; pero esto implica también una transformación estructural en el modo de consumir y relacionarse con los productos culturales.

En efecto, si Adorno y Horkheimer habían remitido a la adaptación como forma característica de la industria cultural, que absorbía cualquier material cultural –desde la película basada en una novela de Tolstoi hasta la adaptación de Beethoven al jazz– y les imprimía su sello, hoy más bien convierte todo producto cultural en “objeto de uso”. Gracias a las tecnologías digitales, los materiales culturales están completamente “disponibles” para el sujeto. Éste puede encontrar cuando y

donde quiere la canción que busca; puede también comentarla, compartirla y colgar el link en su blog o en su página personal, a menudo como objetivación de su “interioridad”. Sin duda esto abre nuevos potenciales: el consumidor –que, enmascarado como usuario, apenas se percibe ya como tal– se convierte de hecho en rey. Pero su capacidad de disponer sin límites de todo producto cultural transforma por completo su relación con la cultura. Aquí se revela una vez más la imbricación de progreso y regresión: el “usuario” no percibe en los productos más que lo que busca en cada momento; todo cuanto rebasa su uso práctico es declarado superfluo. Los productos culturales ya no son objetos de experiencia, capaces de enriquecer al sujeto con algo distinto de sí mismo, sino que quedan tendencialmente reducidos a estímulo o a ingrediente para la creación de una “atmósfera”: tan buena es una canción punk para activarse el lunes por la mañana como una comedia tonta para dormitar plácidamente una tarde de domingo. Muchos alaban esta nueva “soberanía” del sujeto en su relación con los productos culturales. Y sin duda es cierto que la industria cultural contemporánea ya no reduce a los seres humanos al modo de reacción de los anfibios; pero su modelo de consumo les coloca en una situación que recuerda a cobayas de laboratorio que por fin disponen de los medios para suministrarse a sí mismas los electrodos que buscan en cada momento.

La transformación fundamental de la industria cultural contemporánea es que permite a los sujetos participar activamente. Si antes el mito del éxito llevaba a rendir culto a celebridades y superestrellas, hoy lleva a los sujetos a estilizarse y modelarse activamente según los patrones del éxito social. La vida misma se convierte en objeto de la industria cultural, y los individuos hacen generosa entrega de ella. Redes sociales como Facebook ya no se alimentan de productos culturales, sino de la necesidad difusa de interactuar, curiosear, expresarse y hacerse visible. De este modo la vida se convierte en imagen para ser proyectada, y el “valor de exhibición” del que hablara Benjamin es aplicado a los actos más banales de la cotidianidad. La pulsión de exhibirse responde al deseo de huir de la insignificancia, y culmina en la reproducción de pseudo-individualidad a escala industrial: en la frenética actividad de posts no sólo se exhiben fotos, videos y todo tipo de comentarios, sino también el ingenio, el estar a la última y el número de amigos. Esto afecta también a los contenidos, ya que desde el punto de vista objetivo todo se reduce a información, y desde el subjetivo a mera opinión o “credo”, y cualquier fenómeno –desde el video musical hasta la protesta política– es potencialmente reducido a pretexto

para perfilar la propia “identidad”. En estas formas de auto-escenificación, rigurosamente sometidas al control social de *likes and dislikes*, los límites entre trabajo y tiempo libre se desdibujan, y la industria cultural se revela de nuevo “*training* para la vida”⁵: la planificación estratégica de la existencia y el marketing de uno mismo son dos de los grandes mandamientos del nuevo mercado laboral⁶. En definitiva, en la nueva industria cultural, el disciplinamiento es algo que los sujetos consuman activamente, y lo hacen movidos por sus deseos, por las demandas de su economía libidinal: la ilusión de no ser totalmente insignificantes, de “estar ahí” y poder exhibirse, compensa la autoestima dañada por una praxis social que les revela prescindibles y sustituibles. Contra esta cuadratura del círculo se dirigían expresiones provocadoras como “divertirse significa estar de acuerdo”⁷, que subrayaban los costes de la producción industrial de conformismo. En ellas, la identificación con los modelos de comportamiento social, al igual que el celoso afán en “matar el tiempo”, se revelaban asunción de la propia impotencia, resignación sin alternativas a una “falsa reconciliación”. La crítica de la industria cultural nos devuelve así al abismo que separa individuo y sociedad, sujeto y objeto; dicho abismo no puede salvarse desde una posible apropiación subversiva de sus mercancías, sino sólo desde el fortalecimiento real de los sujetos.

El análisis de la industria cultural en la Teoría Crítica “clásica” no es un conjunto de tesis estáticas e inamovibles, sino el intento de captar una dinámica social y su tendencia evolutiva. De hecho, Adorno y Horkheimer no se cansaron de señalar el carácter fragmentario y provisorio del capítulo de *Dialéctica de la Ilustración*. Sin duda, muchas de sus observaciones ya no responden a la realidad —especialmente en lo que concierne a los nuevos medios y tecnologías digitales—, pero sus implicaciones sociales se revelan sólo hoy en toda su fuerza. El sistema de la industria cultural se ha expandido, y sus diferentes sectores se engarzan de forma más penetrada que nunca: sus patrones no sólo se han convertido en segunda naturaleza, sino también en a priori trascendental de la experiencia. Por ello la tarea de la crítica sigue siendo hacer frente a una tendencia social que implica “la incapacidad de escuchar con los propios oídos lo que aún no ha sido oído, de tocar con las propias manos lo que aún no ha sido asumido”⁸. La dificultad estriba hoy en que ya

⁵ Theodor W. ADORNO, “Das Schema der Massenkultur”, GS 3, pág. 330.

⁶ Cfr. Hans G. PONGRATZ y Günther VOß, *Arbeitskraftunternehmer. Erwerbsorientierungen in entgrenzten Arbeitsformen*, sigma, Berlin, 2003.

⁷ Max HORKHEIMER y Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 167.

⁸ *Ibid.*, pág. 54.

no hay un “afuera” de la industria cultural, en que no disponemos de ningún lugar a salvo de su influencia desde el que describirla u ofrecerle resistencia: la industria cultural engloba hoy también al propio sujeto del conocimiento, destruye la conexión entre experiencia y cosa y es capaz de neutralizar todo conocimiento como mera “información”, inconexa, y por ello tanto más consumible, intercambiable y susceptible de pasar sin dejar huella. ¿Desde dónde articular, entonces, la crítica?

Aquí es donde se revela la urgencia de recuperar el carácter dialéctico de la teoría crítica de la sociedad. Porque el dominio de la industria cultural no es un hecho consumado, sino un proceso llevado a cabo en y a través de los individuos socializados; en él surgen inevitablemente fricciones y conflictos que permiten articular la crítica. De hecho Adorno no sólo había revelado los mecanismos de la industria cultural para integrar y funcionalizar a los sujetos vivientes, sino también sus límites:

“En la adaptación a las fuerzas productivas de la técnica, que el sistema les impone como progreso, los seres humanos se convierten en objetos que se dejan manipular sin protestar, quedando así rezagados respecto a las potencialidades de dichas fuerzas productivas. Pero como ellos mismos, en tanto que sujetos, representan el límite de la cosificación, la cultura de masas necesita apoderarse siempre nuevamente de ellos: el esfuerzo desesperado de esta repetición es el único resquicio de esperanza de que la repetición sea en vano, de que los hombres no puedan ser apresados”⁹.

En tanto que seres vivientes, con aspiraciones e intereses, los individuos nunca están plenamente sometidos a los estímulos de la industria cultural. El intento de captarles una y otra vez lleva a ésta a crear ficciones de subjetividad –al menos la de un sujeto propietario de mercancías– y a reproducir facultades subjetivas: sólo así puede poner su engranaje en funcionamiento. Como ha señalado Detlev Claussen, incluso la película más estúpida puede dar lugar a una discusión, y así puede surgir una apariencia real de soberanía que permite ver más allá del entramado de la industria cultural. Si su oferta no fuera capaz de movilizar la actividad subjetiva, o al menos de conectar con el anhelo de una vida mejor, sería únicamente gris y aburrida. Por ello no es casual que Steve Jobs, el icono de la industria cultural 2.0, cerrara su discurso a los graduados de la Universidad de Stanford en 2005 con la frase “*stay hungry, stay foolish*”. Sin el hambre de experiencias por parte de los sujetos, la rueda de la industria cultural se detendría. Sus promesas de saciarla se revelan, una y otra vez, “engaño de masas”, pero el proceso no es tan unidimensional como

⁹ Theodor W. ADORNO, “Das Schema der Massenkultur”, GS 3, pág. 331.

podría parecer; su tendencia a cosificar a los seres humanos no puede completarse del todo. Para poder hacerse con los sujetos, la industria cultural necesita captar y reproducir una y otra vez sus necesidades, y “en las necesidades mismas de los seres humanos atrapados y administrados reacciona un elemento en el que no están totalmente atrapados: el excedente de la participación subjetiva, del que el sistema no pudo adueñarse completamente”¹⁰. La tarea prioritaria de la crítica hoy es enlazar con este “excedente subjetivo” para lograr rebasar la mera reproducción de lo siempre-igual y la mera absorción de los sujetos en sí mismos. Se trata de aprovechar las posibilidades que ofrece la propia dinámica de la industria cultural para contrarrestar el debilitamiento de los individuos y fortalecer sus capacidades subjetivas.

¹⁰ Theodor W. ADORNO, *Negative Dialektik*, GS 6, pág. 99.

A PROPÓSITO DE LA ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA CULTURAL. NUEVE PROPOSICIONES

EDUARDO MAURA ZORITA*

mauraz@pdi.ucm.es

Fecha de recepción: 3 de mayo de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 19 de diciembre de 2011

1. El sujeto privilegiado de la era del capitalismo liberal pudo en algún momento, en función de su relación con la totalidad social, escoger entre “vivir para trabajar” o “trabajar para vivir”. El sujeto post-liberal sencillamente trabaja.
2. El hombre moderno, de acuerdo con la naturaleza de su trabajo, ha abandonado el cálculo instrumental de medios y fines tal como lo conocíamos. Para él, lo general (su propio beneficio, privado de toda determinación, abstraído) se ha convertido en lo particular (lo que más concretamente desea). Siempre han existido los medios-fines y los fines-medios. El penúltimo escorzo del capitalismo consiste en modular los fines de tal manera que ninguno pueda constituirse en proyecto, en modo de vida, en fijación de formas materiales de relación social. Esta confusión afecta decisivamente a su trabajo: lo rebaja a medio para un medio, medio a su vez para otro medio, y así sucesivamente hasta altas horas de la noche.
3. El sujeto post-liberal, por mor de su obstinada noción de “tiempo disponible”, no quiere irse a casa. Quiere tomar una más. Quiere divertirse a su propia costa. Quiere ver la totalidad social como ve la noche tras una larga semana de trabajo: desde el punto de vista de su permanencia. Así mira la noche después del trabajo, pero también, por supuesto, el derecho de huelga, la renta básica, la cuestión nacional o la vida política. La dispersión le es impuesta desde arriba como modelo exitoso de socialización. La espontaneidad de su comportamiento nocturno se ha vuelto obligatoria.

* Universidad Complutense de Madrid.

4. El hombre moderno ignora que la herramienta no conlleva la actividad. Sobre este principio de ignorancia funda la división social del tiempo que pierde a diario. Un buen ejemplo es la universidad como prolongación (socialmente impuesta) del bachillerato. Otro es la competición por ver quién sale más tarde del trabajo.
5. La consumación de este fenómeno viene por el lado de la nueva infraestructura de las sociedades capitalistas: la socialización del individualismo posesivo toma cuerpo en la red social. Los ejecutivos de día pueden ser *drags* de noche, el chico humillado en la escuela convertirse en patrón de patrones. Eso dicen sus partidarios. Y tienen razón. Pero cabe pensar que, más que expresarse democráticamente cuando cae la noche, se convierten en ejecutivos de otro sector igualmente competitivo.

Queda tan poco sujeto en este hombre que apenas se puede predicar nada de él. Por algo la existencia de un sujeto sin predicados es un tema específico del hombre moderno (no sólo Musil, también Luis Cernuda, Paul Celan, los libros de viajes, los boletines informativos de BBC, la cultura independiente, etc.)

7. Lo mismo se podría decir de la red social: ¿cuánta subjetividad puede soportar un perfil de Facebook? Si la nueva infraestructura tecnoeconómica (internet, la red, siempre en singular, a la manera del viejo universal concreto hegeliano) comportara el germen de la democracia participativa, Facebook sería de hecho la mundialización de algunos postulados de la tradición republicana. Pero no cabe pensar hoy un Facebook republicano. Si uno neoliberal.
8. Nota sobre el hombre (independiente) sin atributos. La industria cultural, en su autocomprensión como matriz rectora de los impulsos de consumo de una masa de jóvenes con salarios bajos, no requiere ya las mismas formas de bombardeo visual o sonoro. Sus imperativos son asumidos con creciente facilidad por personas con escaso tiempo disponible. Personas literalmente exhaustas que buscan legítimamente algo diferente, pero que son en ese mismo anhelo sistemáticamente decepcionadas. La actual fórmula del éxito de la cultura independiente, del viejo cine de autor a la música pop para amplias minorías, es la generación de dependencia.

9. El hombre moderno no se crea. Estrictamente, tampoco se destruye. Desde luego, no se transforma (al menos en el sentido avanzado del verbo transformar). Ha ido un paso más acá: el hombre moderno se conforma. No sabe que *la lesión menos vil de todas -su adaptación al entorno- es la mayor* (Hegel en cursiva).

DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA A LAS INDUSTRIAS CULTURALES (Y MÁS ALLÁ)

RAÚL RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ*

r.rodriguez@ua.es

Fecha de recepción: 2 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 4 de septiembre de 2011

1. LA APORTACIÓN ESPECÍFICA DE LA TEORÍA CRÍTICA

Se tiene a Adorno a menudo por un pensador elegíaco, que lamenta la pérdida de una cultura valiosa por obra de la sociedad industrial de masas y la reproductibilidad técnica. Pero esa visión es simplista o directamente falsa. Adorno nos condujo a rastras y nos hizo asomarnos al abismo estremecedor donde se anegan por igual las obras de la llamada alta cultura (sean del pasado o contemporáneas suyas) y las de la cultura comercial, pues el fondo de ese abismo es una superficie sin jerarquías, donde cada una ocupa su cuadrícula y justifica por contraste a las demás. El horror de la industria cultural no es tanto producir y distribuir imperialmente una cultura de baja estofa que asfixia a la cultura de calidad, sino hacer *rentable* esa diferencia.

Es decir, no es el canto plañidero a una Arcadia perdida, sino la sospecha de que no ha existido nunca; no es la actitud del prescriptor que separa con un gesto a los pocos buenos de los muchos malos para guía del curioso lector, sino la certeza de que los pocos buenos están para justificar a los muchos malos, y al revés, y que todos comparten la misma lógica comercial. No son las *masas* (como abominación que es posible refutar y eludir), sino las *gamas* las que ordenan la cultura entera.

Quizá lo más característico de la aportación de la Teoría Crítica sea la radicalidad de los de Fráncfort, innegociable, la denuncia del carácter totalizador de la I.C. Ahora bien, si toda la cultura parece afectada por la forma mercancía, es destacable que las puyas más agudas recayeran sobre Chaplin o Welles, Debussy o Stra-

* Universidad de Alicante.

vinsky, Duke Ellington, Cole Porter o Charlie Parker. El *tour de force* de Adorno consistía no tanto en denunciar la producción más obviamente estandarizada de Hollywood (*el studio system*, por ejemplo, caso palmario de industrialización cinematográfica) o las producciones mediocres del jazz –habría sido demasiado fácil–, sino en desacreditar precisamente a aquellos creadores que parecían escapar de ese modelo y proponer vías innovadoras, genuinas creaciones. Dicho en términos de Virginia Woolf o de Dwight MacDonal, a Adorno no le interesaba tanto denigrar las producciones *lowbrow*, sino desenmascarar las *middlebrow* (travestidas de *highbrow*), no le interesaba tanto escarnecer la *MassCult*, sino la *MidCult* (travestida de *High Culture*).

La diferencia específica de Adorno y Horkheimer con respecto a los citados, y en general con respecto a toda la crítica cultural del periodo de entreguerras o de la inmediata posguerra, es la intuición de que no hay un reducto a salvo de las acometidas del modelo industrial y mercantil: ni la gran obra del pasado preindustrial, ni las vanguardias, ni siquiera esa vanguardia excelsa para Adorno que era el modernismo, se salvan del zarpazo de la estandarización propinado con el guante blanco de la pseudoindividualización.

El expediente de la difusión sabotea indefectiblemente lo difundido, como dicen Adorno y Horkheimer en “Teoría de la pseudocultura”, y ello afecta por igual a Beethoven que a Schönberg y los convierte, por obra de la reproductibilidad técnica y de los imperativos comerciales, en algo no muy distinto de Glenn Miller o de Leonard Bernstein.

2. LA ACTUALIDAD DE LA TEORÍA CRÍTICA

La crítica cultural en los términos en que la planteó la Teoría Crítica se me antoja paralizante. La sensación es: y entonces, ¿qué? No parece haber alternativa. Por hablar de Adorno, más en concreto: repudia la situación tanto como a sus críticos, repudia el presente tanto como el pasado que ya lo dejaba insinuar, repudia el modelo cultural mercantil de las democracias burguesas liberales tanto como el de los totalitarismos de uno u otro signo, repudia tanto el furor depravado del devorador de *Mass-Culture* como los deliquios de quienes creen gozar de los “bienes culturales de museo”, al filisteo y al diletante, a la cultura *kitsch* y al crítico cultural del *kitsch*, no menos *kitsch*, al mecenas no menos que al mercader y al marchante, al que adapta las obras del pasado a la “sensibilidad” del presente (un traidor)

como al que se esfuerza en recuperarlas enteras y verdaderas, junto a las condiciones de su disfrute original (un iluso o un farsante), al que sucumbe a las tecnologías de la reproducción técnica y se entrega a un disfrute vicario y doméstico como al que fetichiza el templo con sus musas y los tributos y reverencias que les son debidos, a la obra de masas que predica el conformismo o la resignación ante la dificultad de un cambio social, como aquella otra en el que este cambio social adviene sin esfuerzo, al crítico apocalíptico de los cuarenta como al crítico integrado de los sesenta.

Por otra parte, el análisis de Adorno en particular sobre los dispositivos de la reproductibilidad técnica, me parece ampliamente superado. Diría incluso superado en el momento mismo en que se formuló. La miopía de Adorno con respecto al cine, por ejemplo, es palmaria, a diferencia de las intuiciones tan atinadas de contemporáneos suyos como Arnheim o el propio Benjamin (con quien mantuvo una discrepancia muy jugosa al respecto, como es sabido). De su paso por unos estudios alemanes a Adorno le impresionó “cuán *poco* prevalecen realmente el montaje y todos los elementos progresistas que usted pone de relieve; antes bien la realidad se *construye* con un mimetismo infantil por doquier, y entonces se la ‘fotografía’”, en carta dirigida precisamente a Benjamin (en la *Correspondencia* Adorno-Benjamin, p. 137). Lo mismo le sucedería años después con la televisión: a principios de los años cincuenta afirmaba que la televisión “impediría la acostumbrada identificación con el héroe” a causa del “formato miniatura” de la pequeña pantalla, de tal modo que “las personas que allí aparecen y hablan con voz humana son enanos” y por tanto “no pueden ser tomadas en serio, en igual forma en que lo son los actores de cine”. Su empeño por acercarse a la televisión a partir de documentos escritos (los guiones de los programas), con el argumento, que no por ser verdadero compromete menos su investigación, de que la televisión es un medio de flujo que no se puede retener, demuestra que valoraba desmedidamente la matriz “literaria” de la producción televisiva y no tuvo en cuenta en absoluto su naturaleza obviamente audiovisual, los recursos de la interpretación, de la puesta en escena, la gramática de la edición, de la propia emisión seriada, las estrategias de programación, las circunstancias de la recepción doméstica, etc. Adorno había recurrido también al mismo expediente, años antes, a la hora de estudiar la radio: decidió analizar los textos editados sobre los programas en vez de las emisiones radiadas en sí, cuando abordó el estudio del programa radiofónico de la NBC “Music Appreciation Hour” durante los años 1939 y 1940.

Mientras en el caso de la música culta los “experimentos” de Adorno se nutrían de sus “experiencias”, en el caso de la cultura de masas nunca dejó, por un prurito científico que tiene mucho de higiene mental, que experiencia y experimento interactuaran, con grave perjuicio para ambos. En breve: me temo que a pesar de su acercamiento –con muchas reservas– a los estudios empíricos en los EE.UU., Adorno no vio mucho cine ni mucha televisión ni escuchó mucha música popular, o las vio y escuchó siempre con el velo de la sospecha y del perjuicio.

3. LA ADAPTACIÓN DE LA TEORÍA CRÍTICA

Me parece que un análisis de la industria de la cultura hoy día debería ante todo caer en la cuenta de que no es sólo cierto que la cultura se ha mercantilizado e industrializado (aspecto que desveló la Teoría Crítica), sino que también la industria y las mercancías *se han culturalizado*. No es tanto pensar ya en aquello que la cultura toma de la industria para engendrar eso de la “industria cultural”, sino cómo de vuelta la cultura, aun la industrializada (diríamos mejor: por haberse industrializado), ha sabido enseñar algunas cosas a la industria en general. Adorno lo llamó *pseudoindividualización*. Hay una parte bastante descuidada del capítulo “La industria cultural” de la *Dialéctica*, al final, en la que Adorno está a punto de completar el círculo: la publicidad es el elixir de vida de la industria cultural, sí, pero también la publicidad es la que convierte en cultura (en un contenido simbólico, dotado de un espesor connotativo, evocativo y también afectivo, que desborda tanto su valor de uso como su valor de cambio) a cualquier producto industrial. Hoy día la idea la retoman voces tan dispares como Paolo Virno, Scott Lash, Zygmunt Bauman, Lev Manovich y Keith Negus, entre otros, remitiéndose explícitamente al corpus adorniano para ver de superarlo.

Es cierto, como decía Adorno, que la publicidad y la industria cultural comparten muchos rasgos: ambas se producen mediante montaje, síntesis, planificación, poseen elementos extirpables del conjunto e intercambiables, son efectistas, virtuosísticas, son ubicuas y repetitivas. Dijo, con mucha perspicacia, que “cada película es el avance publicitario de la siguiente [...], quien llega con retraso no sabe si asiste al avance de la próxima película o ya a la que ha ido a ver” y que “cada primer plano de una actriz se ha convertido en un anuncio publicitario de su nombre y cada canción de éxito en el plug de su melodía”. Le faltó decir que, simétricamente, la publicidad es el cuadro, el filme, la sinfonía de los objetos industriales y

de las marcas que los recubren. Los medios de masas, que son sin excepción soportes publicitarios (la prensa, la televisión, la radio, el cine) son también el lugar donde confluyen y se revuelven los productos culturales industrializados (un serie de televisión, una canción radiada o un videoclip televisado, un filme en sala o emitido por televisión), los anuncios de esa serie, ese álbum musical o ese filme, y los anuncios de productos y servicios “no culturales”. ¿Qué es un promo televisivo, o un tráiler cinematográfico, sino el spot de una serie o de un filme? ¿Y qué es el spot de una marca de pantalones o de coches, sino la construcción de un universo simbólico plagado de referencias, la inserción de esos objetos y marcas en un continuum donde los límites de “lo cultural” del producto aparecen sumamente borrosos?

4. LA CONTINUACIÓN DE LA TEORÍA CRÍTICA

Para el propio Adorno, en su época, ya no había un “afuera” de la industria de la cultura, toda estaba ya dentro: la alta cultura y la cultura popular del folklore, las subculturas urbanas y las jergas profesionales de los críticos de la cultura. Hoy nos encontramos con la paradoja de que “Industria de la Cultura” ha dejado paso a “Industrias Culturales”, ese plural que intenta abarcar los distintos sectores y que ya está amortizado de su carga crítica. “Industrias Culturales” ya no provoca esa repulsa o estupor por la reunión de dos términos que se contradecían, y que era la intención de Adorno y Horkheimer: ahora tiene una función descriptiva, nombra una situación *de facto* y hasta *de iure*: hay instituciones públicas y privadas (laboratorios, observatorios, institutos, departamentos, subsecretarías, fundaciones) que se rotulan con lo de *Industrias Culturales*. En junio pasado asistí en Buenos Aires a las sesiones de un evento titulado MICA (*Mercado de las Industrias Culturales Argentinas*) donde, además de las sesiones más académicas y las ponencias estelares de creadores y artistas de renombre, se celebraron decenas de mesas de negocios que reunieron a representantes, managers, promotores, publicistas, programadores culturales. Me pregunté entonces si alguien se acordaba de Adorno, o lo que pensaría éste de la fortuna póstuma que había alcanzado el término que él forjó con voluntad polémica, parto de la decepción y el recelo. Pero me di cuenta de que la institucionalización del marbete *Industrias Culturales* ya tiene un rival que demonizar: ahora el enemigo es *Industrias Creativas*, y la idea a la que oponerse ya no es la adopción

por la cultura de la forma mercancía, sino la adopción por la mercancía de la forma cultural, digamos...cosa que parece cada vez más evidente.

El problema no es tanto que esté todo o no dentro, sino la idea, paralizante, de que sólo se puede pensar la industria cultural desde fuera, y que pensarla desde dentro invalida los resultados por contaminación del investigador. La idea de que la “cultura” debe de residir en algún lugar a salvo, en algún paraíso, y que debemos pensarla como si lo estuviera, o lo hubiera estado, o lo hubiera de estar. Pero eso es estar en el limbo. La crítica de la cultura precisa de una especie de sacudida epistemológica que la libere de automatismos. Y ello en varios ámbitos. Por un lado, la industria de la cultura merece ser repensada en estos tiempos *postindustriales*, incluso reconociendo, como algunos han señalado ya, que era postfordista *avant la lettre*. Es decir, pensar la cultura, como apuntábamos arriba, no sólo como sometida a la industria, sino en cierto modo sometiénola. Toda la industria de bienes y servicios está rendida a la comunicación y a la cultura, toda producción es también producción simbólica, y todo consumo, consumo también simbólico. Como dicen Lash y Lury, asistimos ahora a una doble operación de *thingification of media* y de *mediation of things* que atraviesa sin inmutarse objetos tenidos antes por culturales y por utilitarios. Los objetos culturales descienden medio camino de la superestructura a la base, y los utilitarios ascienden otro medio en sentido contrario, encontrándose todos en un *media environment*. Por un lado –es el ejemplo que ellos ponen– productos mediáticos, simbólicos, como *Toy Story*, *Wallace & Gromit*, o la película *Trainspotting* atraviesan la pantalla y se convierten en cosas, objetos, o en lugares: *merchandising* en forma de juegos, juguetes, camisetas, pijamas, zapatillas, pósters, cromos coleccionables, atracciones de parque infantil, barrios y calles de Edimburgo donde fue rodada la película... Y a su vez marcas globales como *Nike* o *Swatch*, que tienen productos físicos en el mundo (ropa deportiva, relojes), se mediatizan, culturalizan, simbolizan, se convierten en personajes, tramas, experiencias, entornos, ambientes, en cultura y comunicación.

Por otro lado, la idea del productor de cultura (sea el autor, el creador, sean los intermediarios que se interponen entre él y el público: productores, editores, arreglistas, técnicos, distribuidores, exhibidores, publicistas, críticos...) es muy problemática desde la irrupción de la digitalización y la telemática. Asistimos a un empoderamiento del receptor, que ya no es pasivo y adocenado por el pasto catódico, cinematográfico y radiofónico, sino –en una medida difícil de determinar, pero creciente– activo, participante. Se habla ahora de postproducción (Bourriaud), de

auto-comunicación de masas (Castells), de producción cultural de masas (Manovich), de *social media*. Cualquier abordaje de la cultura industrializada debe dar respuesta a esa nueva situación. Resumiendo, la crítica de la cultura debería hoy explicar

1. Cómo es posible (y a qué precio) que no sólo sea cierto que la industria y la mercantilización se han apoderado de la cultura, sino también lo contrario: la cultura también se ha instalado en las prácticas de la producción, del consumo y del intermediario promocional, publicitario, que media entre ambos, revolviéndolos.
2. Cómo es posible (y a qué precio) que el término “cultura de masas”, que Adorno rechazó en beneficio de “industria de la cultura” para evitar que fuera malentendido como una cultura que partía de las masas, se ha hecho en cierto modo realidad en ese sentido precisamente, vía la producción, circulación y posproducción telemáticas incesantes y globalizadas de los productos culturales. En otras palabras: cómo se entiende lo del “consumidor como productor”, por parafrasear a Benjamin.
3. 1 y 2, al tiempo que abren dilemas muy estimulantes en el ámbito de la investigación, la teoría y la crítica de la cultura, plantean retos, cuyo alcance ya estamos observando, relativos a 1) la protección de los derechos sobre la propiedad intelectual de esa cultura y creatividad circulantes; 2) la desintermediación que obvia a los mediadores tradicionales (¿fordistas?) y 3) la creciente *remediación* de actores emergentes (¿postfordistas?) que negocian de forma inédita la visibilidad, la notoriedad y la caducidad de los mensajes y de los productos culturales.

INDUSTRIA CULTURAL, CULTURA POPULAR Y LA ECONOMIZACIÓN DE LA FORMACIÓN

GERHARD SCHWEPPENHÄUSER*
Gerhard.Schweppenhaeuser@fhws.de

Fecha de recepción: 19 de julio de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 31 de julio de 2011

Adorno ha empleado el concepto de “industria cultural” de dos modos distintos. En el marco de la teoría del poder de *Dialéctica de la Ilustración*, dicho concepto es introducido para designar una época histórica concreta; en los textos posteriores, se utiliza como metáfora en términos de teoría de la cultura.

En los años cuarenta, este concepto debía explicitar que la industria comercial del entretenimiento en Estados Unidos y Europa no era una cultura *de* las masas, sino una cultura *para* las masas. En ella se comercializaba la masa de activos de la alta cultura burguesa, así como elementos de la cultura popular. La cultura popular era subversiva cuando favorecía a quienes estaban excluidos de la formación. De este modo demostraba el carácter ideológico de una cultura basada en la división entre trabajo corporal y trabajo espiritual, y por tanto fundada en el dominio. La cultura popular expone a la alta cultura al ridículo porque centra su atención en lo que ésta niega o sublima hasta lo irreconocible: el placer y la diversión. Pero la industria cultural ya no tiene este momento subversivo. En las sociedades del capitalismo monopolista de los años cuarenta, la diversión pasa a ser –según Adorno– un asunto de los “grupos empresariales centrados en la cultura”. Éstos dependen de los bancos y de los sectores industriales clave, e instan a la formación de monopolios. El resultado es un funcionamiento económico calculado hasta los últimos

* Hochschule für Angewandte Wissenschaften de Würzburg (FHWS) y co-editor de la *Zeitschrift für kritische Theorie*.

detalles y psicológicamente ajustado a la mentalidad de los consumidores. Su objetivo es apaciguar a las masas y adiestrarlas en el conformismo social.

Las “mercancías culturales” son suministradas a los seres humanos para que éstos empleen el tiempo necesario para la reproducción de su fuerza de trabajo de forma –por así decirlo– mediáticamente controlada. La industria cultural insinúa placer, diversión, libertad y autodeterminación cultural; pero, de hecho, expande al tiempo libre los principios de producción y distribución propios de la forma de la mercancía. Adorno lo denominaba una “prolongación del trabajo en el capitalismo tardío”. La industria cultural producía necesidades y modos de percepción regresivos, ante todo una compulsión a la repetición que puede ser satisfecha mediante productos iguales entre sí. En la era del entretenimiento pre-industrial, a los consumidores sedientos de diversión se les ofrecía de vez en cuando productos basados en el “feliz sinsentido”. Pero con el *entertainment* se les inculca el “sucedáneo de un sentido coherente”. “No se oye el tintineo del gorro de cascabeles del bufón, sino el manojito de llaves de la razón capitalista”, se dice en *Dialéctica de la Ilustración*.

Desde esta perspectiva, la industria cultural era el epifenómeno de una nueva forma de socialización que ya no se efectuaba mediante la lógica económica de la competencia y el mercado. Por entonces los autores de *Dialéctica de la Ilustración* estaban convencidos de que el capitalismo de los estados industriales avanzados era un capitalismo monopolista-autoritario, en el que la circulación y la competencia económica habían sido eliminadas. Pero, de hecho, esta “socialización total” no tuvo lugar. Además, en sus primeros años, la teoría de la industria cultural albergaba una contradicción: las mercancías de la industria cultural no serían mercancías si no tuvieran que imponerse en el mercado. Adorno y Horkheimer no tuvieron en cuenta este elemento. Sin embargo, en los años sesenta, el propio Adorno subrayaría que los productos de la industria cultural preservaban su carácter de mercancía, que éste era incluso su rasgo fundamental. Hasta el final de la era liberal, en las obras de arte y también en los productos de la cultura popular, el valor de cambio era algo accidentalmente añadido. Estos productos habían sido siempre *también* mercancías pero, debido a su relativa autonomía, eran al mismo tiempo más que mercancías. Por el contrario la industria cultura produce *tan sólo* mercancías.

Hoy, como ya se ha señalado, la “industria cultural” es una metáfora en términos de teoría de la cultura. Remite a un funcionamiento dominado por la econo-

mía que reduce las obras de arte y los bienes culturales a su carácter de mercancía. Es posible que el desplazamiento del aspecto económico-sociológico al metafórico-cultural se deba al estatus confuso, incluso equívoco, del concepto de mercancía en Adorno. Pero hoy el concepto de “industria cultural” resulta relevante precisamente como metáfora. Se trata del diagnóstico de que la cultura en su conjunto se transforma en propaganda; es decir, en palabras de Heinz Steinert, se trata de que, “a través de la mera existencia de la industria cultural y de sus productos, el dominio capitalista e industrial se rinde homenaje a si mismo y se enaltece: como una realidad sin alternativas que, además, es divertida”¹.

La industria cultural es hoy publicidad multimedia del mundo bajo el dictado de la ley del valor. Pero sus transformaciones formales no son insignificantes. En los análisis de Adorno y Horkheimer, su significado, pese a sus incontables variaciones, es siempre el mismo: por una parte una excitación erótica cuya satisfacción nunca llega a ser representada; por otra, la escenificación de una rebelión que conduce una y otra vez a la integración en el colectivo. El rasgo clave de la industria cultural aparece como una permanente “amenaza de castración”. Sin embargo, la industria cultural se ha transformado notablemente desde entonces. En lugar de renuncia y conformidad propaga hedonismo e individualismo. “Quiero placer ya”, recitaba un eslogan publicitario en Alemania.

Por ello Hans-Dieter König ha distinguido entre la industria cultural “autoritaria” de la época de Horkheimer y Adorno y la industria cultural “transformada” del presente². En el plano de la significación latente, la industria cultural “autoritaria” idealizaba una imagen del ser humano basada en la represión de los instintos sexuales y agresivos. En el plano manifiesto ofrecía satisfacciones sustitutorias imaginarias que ratificaban las prédicas de la moral cultural convencional, basada en la renuncia. Por su parte, la industria cultural transformada se basa en el principio de la desublimación represiva analizado por Marcuse: propaga ofensivamente modelos de vida consumistas. Las frivolidades de la industria cultural “autoritaria”, que eran en realidad mojígatas, han sido sustituidas por modelos de integración mucho más eficaces. Hoy, a nivel de significación latente, se sugiere que uno puede desen-

¹ Heinz STEINERT, *Kulturindustrie*, Würzburg: Westfällisches Dampfboot, 1998, pág. 128.

² Hans-Dieter KÖNIG, “Basic Instinct: Zum gegenwärtigen Stand des Geschlechterkampfes und seiner kulturindustriellen Inszenierung. Eine tiefenhermeneutische Film-Analyse”, en G. Schmid Noerr (ed.), *Kultur und Unkultur. Perspektiven der Kulturkritik und Kulturpädagogik*, Mönchengladbach: Hochschule Niederrhein, 2005, pág. 113 ss.

tenderse de las ideas morales convencionales, dejarse llevar y dar rienda suelta a sus impulsos sexuales y agresivos.

Pero, ¿existen todavía productos auténticos de la cultura popular, junto a la industria cultural o enquistados en ella? Fred Jameson ha analizado cómo la cultura de masas postmoderna y multimedia coloniza el inconsciente visual³. Pero sus productos no se limitan a cosificar el inconsciente y el preconscious para ajustarlo a la forma de la mercancía. También tienen funciones expresivas que transforman estéticamente miedos y fantasías de carácter social y político. Para poder administrar, ocultar o reprimir miedos y fantasías hay que darles forma: sólo así se puede hacer uso de ellos. La sugestión populista que promete soluciones o armonía es sólo una cara del fenómeno: los productos de la cultura de masas contienen también momentos en contraposición antagonista al orden social del que son, a su vez, productos mercantiles. Para poder legitimar este orden, *nolens volens* dan expresión a miedos y resistencias contra lo existente, así como a la esperanza de su superación.

Por ello los *cultural studies* anglófonos y postcoloniales centran su atención en las estrategias que los seres humanos desarrollan para poder alcanzar sus propios intereses y aspiraciones —es decir, entretenimiento y desarrollo estético de su personalidad— con y contra la industria cultural. Ya no parten de un público pasivo que interioriza las ofertas de una cultura ajustada a la forma de la mercancía identificándose con ellas, sino que trabajan con el modelo gramsciano de una lucha por la interpretación hegemónica en la cultura cotidiana. Sus investigaciones empíricas se apoyan en la crítica de la ideología de la semiótica de Barthes. Aquí puede apreciarse un paso importante para superar el déficit semiótico de la teoría crítica. De acuerdo con Stuart Hall, los productos culturales deben entenderse en sentido amplio como “textos”, y se los puede descodificar de modo distinto a como fueron codificados. Podrían llegar incluso a independizarse, porque distintos usuarios activan para sí de modo diverso los diferentes estratos de significado.

La industria cultural actual promete entretenimiento a nivel mundial, pero difunde aburrimiento. Su *raison d'être* es la publicidad pero, si sólo emitiera anuncios, los espectadores y oyentes apagarían sus aparatos. Por ello debe introducir *contenido* entre los bloques publicitarios, pero éste tiene que costar lo menos posible. Esto vale tanto para la televisión como para Internet. En este contexto

³ Fred JAMESON, *Signatures of the visible*, Nueva York y Londres: Routledge, 1990, p. 9 ss.

podría usarse la distinción de John Fiske entre cultura popular y populismo mediático. Las grandes empresas mediáticas se construyen su público y le abastecen con mercancías estandarizadas, adiestrándole en rutinas de acción y patrones de percepción estereotipados –por ejemplo las imágenes de la mujer y el hombre–. Estos patrones se ejercitan en la interacción entre varios medios, sobre todo en el ensamblaje entre prensa sensacionalista, televisión comercial e internet. Los productos de éxito de la cultura popular funcionan de otra manera. A menudo no son solo entretenidos, sino también innovadores, puesto que amplían los modelos de percepción del usuario. Precisamente por ello son atractivos y ganan popularidad, como puede constatarse tanto en la música popular como en los nuevos formatos televisivos. Por su parte, el aparato del populismo mediático intenta apropiarse de estas innovaciones, lo que lleva a los artistas y al público a rehuirlos, y así sucesivamente. Según Fiske, este proceso lleva a alianzas antagonistas en sí mismas:

“Es cierto que el populismo puede ser una estrategia de los bloques de poder con el propósito de explotar lo popular; pero esta estrategia sólo puede triunfar si ofrece a lo popular un espacio para desarrollarse. Y, precisamente en la medida en que se percibe esta oferta, la estrategia de explotación nunca puede tener un éxito total”⁴.

Hay que conceder a Fiske que la fuerza manipuladora de los programas populistas nunca puede imponerse sin fisuras. Pero, sin embargo, la oferta manipuladora de los *power blocks* mediáticos nunca es totalmente en balde, porque fortalece el conformismo social. La pseudo-comunicación de los *social networks* reduce la capacidad de juicio del sujeto a la alternativa “me gusta/no me gusta”, que parece retener el modo de pensar y sentir del *user* en el embeleso de la publicidad. En los shows televisivos de casting, el sentido explícito remite a una competición percibida como un juego fascinante, que confirma la ideología de que al final vencen los más guapos o los mejores. Además los espectadores obtienen la satisfacción de contemplar personas atractivas, pudiendo acercarse a poca distancia de su cuerpo. Las formas narrativas “clásicas” de la ficción han abierto espacios para tentativas imaginarias. El funcionamiento de los nuevos formatos televisivos es similar, pero se aproxima mucho más a los espectadores, que saben que los actores ya no desempeñan un papel, sino que se presentan a sí mismos. Al mismo tiempo, cuando se humilla a los candidatos que se ponen en ridículo de forma aparentemente volun-

⁴ John FISKE, “Elvis: Body of Knowledge”, en K. H. Hörning y R. Winter (eds.), *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1999, p. 341.

taria, se satisfacen necesidades agresivas y destructivas. A nivel de sentido latente, el consumo de estas escenificaciones está íntimamente relacionado con los propios miedos y el propio sadismo. Uno teme el fracaso y disfruta cuando quien fracasa es maltratado. Las escenificaciones mediáticas de la competición son campos de entrenamiento virtuales para la cotidianeidad social.

Adorno y Horkheimer trazaron la imagen de una sociedad casi totalitaria en la que la economía liberal de mercado había sido eliminada y los “medios ideológicos” disciplinaban a unas “masas desmoralizadas” de acuerdo con los objetivos de los que “mandan”, los que “controlan” el proceso de producción social. Pero los consumidores de mercancías y productos mediáticos no son meras víctimas indefensas de la manipulación ideológica, y el *output* no es igual al *input*. Como todo producto cultural, los productos de la cultura de masas tienen distintos niveles de significación. Reconocer su polisemia y descodificarla pasa a ser la tarea fundamental de la estética. Los seres humanos desarrollan estrategias obstinadas de recepción contra-intencional. Acuerdan soluciones intermedias entre sus propios intereses y la oferta mediática. La concentración del poder mediático y la semiocracia reducen sus márgenes de autonomía. Pero, al mismo tiempo, las formas de apropiación que se oponen a estas dificultades, es decir, las formas de descodificación obstinadas y autodeterminadas, no pueden ser totalmente reprimidas.

La situación económica actual de las mercancías culturales no se caracteriza por los monopolios, sino por la constitución de oligopolios. Tanto a nivel nacional como global, no estamos ante un mercado con un único vendedor, sino ante mercados dominados por pocas macro-empresas. Actualmente se está constituyendo un oligopolio mediático a nivel global. En palabras de Dieter Prokop: “Las empresas supranacionales se aseguran su poder mundial a través de la política neo-liberal del OMC y de la UE”⁵. El mercado se segmenta y los proveedores se concentran en los intereses de consumo de los destinatarios más solventes: *stars*, *special effects* y deporte de alto nivel. Los mercados de *special interest*, centrados en productos intelectuales y creativos, de más valor y carácter innovador, son desatendidos o suprimidos. Porque “las empresas-oligopolio obedecen a la publicidad del ordenante”, “exigen precios excesivos y ofrecen calidad reducida”⁶. “Al tener los mismos intereses”, pueden “construir una opinión dominante sin necesidad de llegar a acuerdos

⁵ Dieter PROKOP, *Gegen Medien-Lügen. Das neue Lexikon der Kulturindustrie*, Hamburgo: VSA, 2004, p. 370.

⁶ *Ibid.*, p. 371.

recíprocos”⁷. Los instrumentos de control de las inspecciones se revelan impotentes ante este modelo de hegemonía cultural. Poco a poco el oligopolio mediático está adquiriendo los trazos que Adorno y Horkheimer anticiparon hace casi setenta años.

Quizá un ejemplo y un par de cifras puedan aclarar esto. El grupo Bertelsmann es uno de los consorcios mediáticos con mayor volumen de ventas; sus ingresos en 2010 ascendían a unos 16000 millones de dólares. Con su amplio surtido de mercancías culturales, Bertelsmann ejerce una influencia determinante sobre lo que innumerables personas viven, sienten y piensan, dado que su acceso al mundo está en buena medida filtrado por los productos de las empresas. Bertelsmann AG declara como sus “Business Areas”: “televisión y radio; casas editoriales; revistas y periódicos; servicios mediáticos y de comunicación; negocios de marketing de club y marketing directo”⁸. Son propietarios de editoriales de renombre en Estados Unidos y Alemania, entre ellas Gruner+Jahr, la mayor editorial de revistas de Europa. A esto se añaden periódicos, empresas de tipografía y de gráficos y Call-Center. Bertelsmann declara que también la editora musical BMG es propiedad suya, es decir, el tercer consorcio musical más grande del mundo (a ella pertenecen entre otros las compañías RCA y Ariola). Gracias a su club de libros, la empresa Bertelsmann ha estado sólidamente anclada en el marketing directo de cultura durante décadas. Además el consorcio controla los canales televisivos de RTL. Desde hace años ya no apuesta por la televisión de pago, sino por Internet y por los servicios multimedia.

Aún no hemos llegado a la monopolización, pero ésta es el objetivo al que se aspira constantemente. Por ello la crítica de la industria cultural de tradición adoniana es hoy más importante que nunca. Adorno llamó también la atención sobre la tendencia a la universalización de la industria cultural, que confunde los sectores —antes cuidadosamente separados— de la “alta” y la “baja” cultura, y también esto parece confirmarse. En 1994, la Fundación Bertelsmann fundó, junto con la Conferencia de Rectores Universitarios Alemanes, el “Centro de Utilidad Pública para el Desarrollo de la Educación Superior”. Su objetivo: limitar la libertad científica y la capacidad de autodeterminación de las universidades para transformarlas en empresas. El método más conocido para lograrlo son los *rankings*, cuyos criterios están centrados en la atención mediática y no tienen nada que ver con la ciencia.

⁷ Ibid., p. 372.

⁸ Ver <http://www.bertelsmann.com> (consultado el 18.07.2011).

Dado que políticos europeos interesados atribuyeron un rol fundamental a la Fundación Bertelsmann en el llamado Proceso de Bolonia, el consorcio pudo participar en el impulso de economización de las instituciones educativas. “Toda la praxis de la industria cultural aplica sin miramientos el motivo del beneficio a los productos espirituales”, constató Adorno hace casi cincuenta años. A consecuencia de las reformas de Bolonia en las universidades europeas, los proyectos de investigación crítica y empírica han alcanzado un nivel de precariedad sin precedentes. Las instituciones educativas se (mal)interpretan a sí mismas como competidoras en un mercado internacional de empresas de formación orientadas ante todo de forma comercial.

Traducción del alemán: Jordi Maiso

TEORÍA CRÍTICA Y COMUNICOLOGÍA. EL LEGADO DE LA ESCUELA DE FRANKFURT

FRANCISCO SIERRA CABALLERO*

fsierra@us.es

Fecha de recepción: 28 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 10 de octubre de 2011

En apenas menos de un siglo, el de la era de la propaganda y la cultura de masas, la revolución de los sistemas de mediación cultural ha alterado radicalmente los patrones de comportamiento y organización que distinguen al *paradigma representacional*, cuestionando la política y subjetividad características de la era moderna. La *revolución americana*, descrita magistralmente por el filósofo sardo, modificaría, como nunca antes, las bases del modelo de reproducción social, ampliando las tensiones y conflictos entre base y superestructura, en una era, la del imperio de los medios, que, ante el dominio de la razón instrumental en la administración de las cosas y las mentes y corazones de los consumidores de los nuevos canales de difusión colectiva, exigía repensar los procesos y dinámicas de la mediación social.

Si Marx apuntó, de forma preclara, en sus escritos periodísticos de juventud, que la primera libertad de prensa consiste en no ser una industria, no es sino con Adorno y Horkheimer cuando, por vez primera en la historia, se funda un programa de investigación original, sentando las bases de la crítica de la Comunicación como Dominio y una nueva epistemología con la que resolver el llamado “agujero negro” del marxismo. El célebre texto sobre la industria cultural de la Escuela de Frankfurt es, por lo mismo, reconocido como el documento fundacional de la Escuela Crítica en Comunicación, en la justa medida que supone un giro copernicano en el campo científico, hasta entonces casi totalmente hegemonizado por la *Mass Communication Research* y la visión positiva de la Comunicología Posible.

* Universidad de Sevilla. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS): www.compoliticas.org

Básicamente, la Escuela de Frankfurt:

1. Sienta las bases materialistas de la crítica histórico-social de la Comunicación, cuestionando el mediocentrismo en virtud de una Teoría de la Mediación que concebirá el sector periodístico y las industrias culturales como objeto y problema estratégico de la Teoría Social General.
2. Funda el programa de trabajo de la Economía Política de la Comunicación como línea específica de estudios que, con el tiempo, desde Dallas Smythe a Herbert Schiller, pasando por la escuela inglesa (Graham Murdock, Peter Golding, Nicholas Garnham), la corriente francesa (Bernard Miège, Patrice Flichy, Armand Mattelart) y hoy la escuela latina (César Bolaño, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Enrique Sánchez Ruiz) ha venido ilustrando la verdadera naturaleza y función productiva del sistema mediático desde el punto de vista del acceso y control de la ciudadanía.
3. Por otra parte, en coherencia, define problemáticamente el estudio de la ideología como sobredeterminación autónoma del campo cultural y una función motriz fundamentalmente articuladora del proceso histórico de cambio social en el capitalismo maduro.

La Escuela de Frankfurt representa pues el primer esfuerzo heterodoxo relevante, y diríamos que verdaderamente trascendental, de crítica filosófica y cultural de la actividad de los medios de comunicación de masas, desde una lectura variante del marxismo, en la que se rechazará tanto el determinismo mecanicista de la ortodoxia soviética como el positivismo empirista abstracto de la tradición funcional estadounidense de la *Mass Communication Research*, en el intento por comprender, desde un análisis global de los sistemas de mediación informativa, las contradicciones constitutivas de la nueva producción cultural institucionalizada. Y ya sea por la consideración del papel de la filosofía como crítica cultural o por su anticipatoria mirada sobre las formas de producción artificiosa del ocio y del arte en la vida cotidiana, la vasta y compleja obra que nos aportaron al pensamiento y la crítica emancipatoria constituye un importante legado —esto es importante y conveniente reseñarlo— no sólo vigente en el actual sistema de comunicación-mundo, sino además productivo, pues admite apropiaciones plurales justamente por su capacidad de articulación y posibilidades interpretativas, pese a cierta retórica culturalista que, en especial en Iberoamérica, ha terminado reduciendo la lectura y uso productivo del pensamiento crítico sobre la Industria Cultural a tópicos e interpretaciones restrictivas, por una errática y pobre recepción intelectual. A tal

grado que la crítica y la transformación cultural que nos proponen Adorno y Horkheimer ha sido percibida como una forma de trabajo intelectual de puro y estéril teorismo. Pues se decía, y aún hoy se afirma, que, en la ilustración de la dialéctica posesiva de la industria cultural planteada por ambos autores, la espontaneidad estaba vedada, y la mixtura y el placer también. En otras palabras, en su enfoque analítico, allí donde empieza la lectura termina el goce¹.

En esta línea, J.B. Thompson concluye que el análisis de la ideología y la cultura mediada adolece, en la *perspectiva frankfurtiana*, de dos fallas importantes:

1. Horkheimer y Adorno ofrecen una imagen del proceso de recepción y consumo de los productos de la industria cultural excesivamente lineal. “Una cosa es demostrar que los productos de la industria cultural se caracterizan por formatos uniformes, un pseudorealismo y así sucesivamente, y otra es demostrar que, al recibir y consumir tales productos, los individuos se ven forzados a actuar de una manera imitativa y conformista, o a actuar de un modo que sirve en general para atarlos al orden social y para reproducir el statu quo”². La falacia del *internalismo* les lleva a imaginar que las características de un mensaje o producto simbólico pueden tener un efecto directo sobre las audiencias en el momento del consumo.
2. La ideología no es el único factor de reproducción. De acuerdo con Granham, la debilidad de la original aportación teórica de la Escuela de Frankfurt no fue “su incompreensión de la importancia de la base o de lo económico, sino el no haber tomado lo bastante en cuenta la naturaleza económicamente contradictoria del proceso que observaban, por lo que consideraron que la industrialización de la cultura era irresistible y no planteaba conflictos”³.

Esta y otras limitaciones comunes al pensamiento de Adorno y Horkheimer serán en parte eludidas por Walter Benjamin, cuya consideración de la cultura de masas rompe con la linealidad de esquemas cosificados en la relación base/superestructura. Merced a una compleja y productiva conceptualización de la relación

¹ Cfr. Jesús MARTÍNEZ BARBERO, “Memoria narrativa e industria cultural”, en *Comunicación y cultura*, n° 10, UAM-X. México, 1983, pág. 66. Sobre el placer y la cultura en la Escuela de Frankfurt, Armand y Michèle Mattelart hacen una exposición muy ilustrativa en el capítulo “Cultura negativa/cultura afirmativa” de su libro *Pensar los medios*, Madrid: Fundesco, 1987.

² J.B. THOMPSON, *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México: UAM-Xochimilco, 1993, pág. 114.

³ Nicholas GARNHAM, *Capitalism and Communications. Global Culture and the Economics of Information*, Londres: Sage, 1990, pág. 120.

entre objetos culturales y condiciones materiales de producción social, desde una crítica visión estética que señala la relativa desconexión de ambas esferas o niveles de análisis, la recuperación de ediciones originales recientes como “El Libro de los Pasajes” enlaza en la actualidad con muchas de las preocupaciones postestructuralistas habituales en los Estudios Culturales. La contribución de Benjamin ha sido, no obstante, prácticamente marginal –como los trabajos de Siegfried Kracauer– y, por lo general, bastante desconocido en los estudios de Comunicación hasta bien entrada la década de los setenta, por influencia de una crítica y debate teórico sobre los medios excesivamente reduccionista⁴.

Pese a las limitaciones y críticas apuntadas, cabría por ello reivindicar la productividad de sus visiones proyectivas no sólo por su pertinencia y consistente aportación al campo científico de la Comunicología, sino sobre todo por la necesidad de revisión, de análisis y reescritura apropiada de su legado. Hablemos de Capitalismo Cognitivo, Modo de Producción Informacional, Tardocapitalismo o Capitalismo Cultural, de Kracauer y Benjamin a Slavoj Žižek, de Benjamin a Fredric Jameson o Terry Eagleton, de Marcuse a Negri y Hardt, pasando por Foucault y Deleuze o, en especial Félix Guattari, la matriz del concepto y programa científico de estudios sobre la Industria Cultural de la Escuela de Frankfurt, apunta aún hoy dos vías válidas, potentes y, en su proyección estructural, virtualmente transformadoras, de la dialéctica de la comunicación como dominio. A saber:

1. La centralidad de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura como marco teórico fundamental para ilustrar el conocimiento sobre la lógica y evolución de la industria telemática en el contexto de construcción de la Sociedad Global de la Información. La conexión entre los aspectos culturales y comunicativos, los tecnológicos y económicos, y los político-informativos, favorece una comprensión global de la interrelación existente entre los diferentes niveles de la mediación social, merced a una metodolo-

⁴ No incidimos aquí en la aportación original de la obra de Walter Benjamin a los estudios de comunicación y cultura por razones de tiempo y espacio. En su lugar, recomendamos al lector seguir la estela de la historia de las ideas o el hilo rojo de la reapropiación de los conceptos, recepciones y derivas de su trabajo en diversas áreas y teorías de la comunicación colectiva que se van a ir planteando a partir de la recuperación de la obra y significado del autor más creativo y de la actualidad de la Escuela de Frankfurt a partir de los siguientes textos: Walter BENJAMIN, *Imaginación y sociedad*, Madrid: Taurus, 1980; *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid: Taurus, 1973; *El origen del drama barroco alemán*, Madrid: Taurus, 1990; *El libro de los pasajes*, Madrid: Akal, 2007. Cfr. también Terry EAGLETON, *Walter Benjamin o hacia una crítica revolucionaria*, Madrid: Cátedra, 1998, además del propio monográfico de *Constelaciones* (vol. 2, 2010) y de los trabajos de Martín Barbero, Gonzalo Abril, Aníbal Ford y Daniel Cabrera.

gía de análisis estructural adecuada para entender el campo de las transformaciones socioculturales que estamos experimentando. Ahora bien, si la principal aportación del método materialista histórico es la construcción del conocimiento y la teoría social desde la realidad concreta, el modo de concebir e interpretar el mundo debe adaptarse a su configuración. Hoy por ello, la Economía Política de la Comunicación y la Cultura debe replantear sus fundamentos para comprender en su totalidad la hegemonía de la producción inmaterial que, cualitativamente, está transformando las formas de vida, y desde luego la propia comunicación y la cultura en todos los ámbitos de la actividad humana. Concebida como Economía Política del Conocimiento, esta disciplina debe pensar pues hoy la relación entre trabajo y valor a partir del reconocimiento del carácter común y colectivo de toda producción inmaterial. Ahora bien, la constatación de esta idea exige, en consecuencia, una reformulación de nuestra perspectiva de estudio.

2. La determinación del modo de producción del sujeto receptor como consumidor capturado y capturable desde la matriz psicoanalítica. Los diferentes planteamientos dentro de esta corriente crítica, desde la Escuela de Frankfurt a la sociología de los emisores de Mattelart, pasando por la perspectiva estructural de Herbert Schiller, la mirada culturalista de los procesos de consumo de Raymond Williams o los análisis integrados sobre la tecnocultura y los ecosistemas de la comunicación iniciados con la Escuela de Palo Alto, han de retomar el programa fuerte del psicoanálisis tal y como evidencian desde Deleuze los señalamientos de Negri, Bifo y otros teóricos críticos sobre la producción de sujetos en el Capitalismo Cognitivo. Ha sido Zizek, en esta línea, quien más y mejor ha apuntado, después de Adorno y Horkheimer, la idea originariamente frankfurtiana sobre la necesidad de pensar la industria cultural como un problema de producción del Deseo. Esta lectura anticipatoria hoy debe ser actualizada, con Lacan, para revertir los procesos de control mediatizado de la cultura global. Más aún, cuando el plus-valor hoy se produce a base de la extracción de las energías mentales de los trabajadores, mucho más que de sus energías físicas. La virtualización de los espacios públicos y los mundos de vida y la extensión de la lógica biopolítica, directa e indirectamente, convierte el dominio del conocimiento o, en un sentido amplio, los sistemas de producción y conformación de

sentido, en dispositivos estratégicos de control y cambio social. Se produce en esta nueva lógica de producción la denominada por Paolo Virno “ambivalencia del desencanto”, “una abstracción real, un espacio público de cooperación, una intelectualidad de masas depositaria de saberes no separables del conjunto de los sujetos vivos. En este espacio, político en un sentido fuerte, la presencia del otro es a la vez instrumento y objeto del trabajo. La actividad sin obra, que reposa sobre el *general intellect*, entendido como aptitudes generales del espíritu –facultad de lenguaje, disposición al aprendizaje, capacidad de abstracción y de puesta en relación, acceso a la autorreflexión–, deviene una acción en concierto” (Moulier Boutang, 2004: 34). Por ello, al hablar de la comunicación, la producción inmaterial y el conocimiento no podemos eludir las contradicciones Capital/Trabajo, y más específicamente, las contradicciones cualitativas existentes entre las fuerzas productivas (energía) y las relaciones de producción (información) –dicho en términos de Jesús Ibáñez– que definen los modernos sistemas de organización social. Tales relaciones estructurales determinan las complejas formas de interacción entre la ciencia y la técnica aplicadas a la producción y el paro estructural, definen las relaciones entre el crecimiento económico y los desequilibrios territoriales y sectoriales, entre el nivel de vida y la calidad de la misma, entre la internacionalización y concentración de los poderes económicos y los estados nacionales, y por último y no por ello menos importante, entre los derechos humanos y la realidad sociopolítica y cultural a uno y otro lado del centro y la periferia del sistema global. De ahí la necesidad de su estudio y análisis crítico, pero sobre todo de su transformación política. Y ello es imposible sin un enfoque centrado en la producción del Deseo desde la Comunicación.

En otras palabras, el legado de la Escuela de Frankfurt no es otro que tratar de pensar y concebir el modo de producción no sólo como una configuración económica particular, sino más bien como un conjunto de formas de vida, como la producción de la cultura como estilo de vida total, en el sentido de Raymond Williams. La pertinencia y actualidad de este modo de construcción del objeto de la Comunicología es indiscutible. Más aún cuando, como escribe Virno, la crisis de la división de la experiencia humana de trabajo, política y conocimiento ha sido trascendida en la denominada Sociedad del Espectáculo.

La creciente privatización de los espacios públicos y la inversión de lo privado, al ser politizados los mundos de vida y los espacios de lo íntimo con la difusión extrovertida de los medios y sus escenarios de proliferación televisual, vuelve a situar sobre el debate público muchas de las ideas anticipatorias del artículo fundacional de la Escuela Crítica. Hoy, como antaño Adorno y Horkheimer, volvemos a preguntarnos desde qué bases y perspectivas se puede activar el poder de la crítica y los dispositivos emancipadores, qué alternativas tenemos para la acción transformadora, o cómo pueden ser reorientados los medios y tecnologías de la información en un sentido democrático en la nueva era del Comunismo Digital.

Nunca como hoy la potencia creativa y el poder de información han estado tan socializados con los nuevos entornos telemáticos, pero también nunca tanto como en este tiempo que nos ha tocado vivir el control y concentración de los medios de producción y representación social han sido tan intensos y extendidos a lo largo y ancho del planeta.

Las certezas en este escenario son pocas. La historia está abierta. Quizás la única y meridiana claridad posible, es que hay que volver a lo concreto, y recordar que sólo podemos caminar sobre los hombros de gigantes. Sería el momento, en fin, de repensar a los clásicos. Y hacer memoria. Construir en común desde nuestros referentes con autores que, como Adorno y Horkheimer, nos enseñaron a leer y mirar de otro modo. Somos de la idea de que, sin lectura, no es posible la reescritura de la historia, ni la lógica del palimpsesto. Esto y no otra cosa es la Adaptación Creativa de la resistencia y la economía moral de la multitud. Este es el alfa y omega de las culturas populares, y el mandato para una Teoría de la Comunicación Liberadora.

Es tiempo pues de reivindicar una obra olvidada y negar la negación de un pensamiento propio para el cambio de las mediaciones sociales. Aquí y ahora.

BIBLIOGRAFÍA

- BOLAÑO, César (2000): *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, Sao Paulo: Hucitec/Pólis.
- BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (Eds.) (2005): *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, Buenos Aires: La Crujía.
- BOUTANG, Y. Moulier et al (2004): *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.

- CAÑADA, M. y ORIHUELA, A. (2005): "Conocimiento colectivo, memoria de lo común" en VV.AA.: *Creación e inteligencia colectiva*, Sevilla: ZEMOS 98.
- GUATTARI, Félix, F. (2004): *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- HERMAN, Edward y Robert McCHESNEY (1999): *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid : Cátedra.
- HERMAN, Edward (1999): *The myth of the liberal media*, Nueva York: Peter Lang.
- HERNÁNDEZ, Daniel (Comp.) (2004): *Crítica de la Economía Política. Comunicación, cultura y Sociedad de la Información*, Caracas: Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valerio; BENVENUTO, Álvaro (Orgs.) (2005): *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*, Salvador de Bahía: UFBA.
- MURDOCK, Graham (1988): *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*, México: Premiá Editora.
- QUIRÓS, F. et SIERRA, F. (Coords.) (2001) : *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.
- SIERRA, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*, Barcelona: Gedisa.
- SIERRA, Francisco (2011): "Consumo cultural y poder mediático" en Luis Alfonso ALBORNOZ (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación*, Buenos Aires: Paidós.
- VIRNO, Paolo (2003): *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*, Madrid: Traficantes de Sueños.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA INDUSTRIA CULTURAL

YOSHIKAZU TAKEMINE*

YoshiTakemine@aol.com

Fecha de recepción: 21 de julio de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 22 de agosto de 2011

PROVOCACIÓN PERFORMATIVA. — Entre los conceptos fundamentales de la Escuela de Fráncfort, el de “industria cultural” es el que ha provocado las controversias más virulentas. En los artículos sobre música pop o sobre sociología del cine, así como en las introducciones a los *cultural studies*, ha llegado a ser habitual introducir en algún momento este concepto junto con el nombre del filósofo Adorno, “exponente del conservadurismo cultural”. Sobre todo para quienes reivindican un potencial estético, político o utópico en la cultura de masas, la tesis de la industria cultural sigue siendo un motivo de indignación setenta años después de que fuera formulada. Pero el hecho de que se siga aludiendo a la crítica social de Adorno después de tanto tiempo, provocando aún hoy fuertes reacciones, no debe atribuirse a sus carencias, sino a su capacidad de provocación. Si el objetivo de la Teoría Crítica no consiste en predicar la verdad absoluta ni en demostrar de modo positivo la exactitud científica, sino en descubrir las deformaciones de las relaciones sociales existentes y las huellas de lo reprimido en ellas, las estrategias discursivas y su efecto *performativo* desempeñarán un papel importante en ella. De ahí la conocida insistencia de Adorno en la forma “tramposa” del ensayo, cuya verdad se mueve en el medio de las “no-verdades”, como la exageración, la ironía o la metáfora¹. Introducir deliberadamente afirmaciones extremas que incitaran al lector a dudar, a formular contra-argumentos o que le irritaran: este es el gesto provocativo que caracteriza la crítica de la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustra-*

* Universidad de Tokio.

¹ Theodor W. ADORNO, “Der Essay als Form”, en *Gesammelte Schriften*, editados por Rolf Tiedemann, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970-1986 (en adelante AGS), vol. 11, pág. 29 s.

ción; incluso la propia pregunta escéptica, aun cuando sirve al propósito de refutar sus planteamientos o burlarse de ellos, revela aún hoy su fuerza performativa.

CARÁCTER DE MONTAJE. — La palabra alemana “*Kulturindustrie*” está compuesta por dos conceptos que generalmente no van juntos: “cultura”, que como el arte pertenece al ámbito de lo espiritual, e “industria”, que tiene que ver con la producción masiva, el comercio o la tecnología. Como el propio Adorno escribiría más tarde, este neologismo tenía la clara intención de sustituir la problemática denominación “cultura de masas”, que podía suscitar la falsa impresión de que “se trata de una especie de cultura que surge espontáneamente de las masas, de la figura contemporánea del arte popular”². Además el término condensa precisamente la característica fundamental del objeto criticado: el montaje. El procedimiento por el que se extrae violentamente todo objeto de su contexto, se despedaza en fragmentos y se combina con otros elementos extraños es parte del funcionamiento de la industria cultural, que acostumbra a “reunir cosas ya conocidas y dotarlas de una cualidad nueva”³. En ella se desdibujan los límites entre alta cultura y cultura de entretenimiento, obra de arte y mercancía, literatura, música y teatro; al combinarlas arbitrariamente entre sí, estas distinciones dan lugar a falsas síntesis: se trata de “un cumplimiento sarcástico del sueño wagneriano de la obra de arte total”⁴. De este modo Mozart es adaptado al jazz, Tolstoi al melodrama y se venera con fetichismo la “pseudo-individualidad” de las estrellas de cine. Con estos reproches, la crítica cultural de Adorno fulmina —entre otros— el arte cinematográfico, ya que probablemente el cine, como medio basado en el montaje, revela una afinidad especial con el mecanismo inmanente de la industria cultural: “Cada vez que voy al cine salgo, pese a toda la atención, peor y más estúpido”⁵.

CONSTELACIÓN SEMEJANTE A LA ESCRITURA. — Por otra parte, el montaje funciona como un principio que impulsa la propia crítica de la industria cultural. Cuando ésta compara el modelo de producción de las canciones de moda con el esquematismo kantiano, sitúa a Schönberg junto a Benny Goodman o remite a la homogeneidad entre la publicidad comercial y la propaganda totalitaria, lo que lleva a cabo no es sino un montaje manipulador cuya radicalidad aspira a superar el batiburrillo cultural que es blanco de su crítica. Pero entre ambos modelos

² Theodor W. ADORNO, “Résümé über Kulturindustrie”, en AGS, vol. 10.1, pág. 337.

³ *Ibid.*

⁴ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, en AGS, vol. 3, pág. 145.

⁵ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, en AGS, vol. 4, pág. 26.

hay una diferencia insalvable: según Adorno y Horkheimer, en el estilo hibridante de la mercancía en el capitalismo tardío, “los extremos que se tocan forman una identidad confusa, en la que lo universal puede sustituir a lo particular y viceversa”, y por ello “ya no hay tensión alguna entre los polos”⁶. Por el contrario, el uso del montaje en su crítica de la industria del entretenimiento aspira a aquella “dialéctica” que revela “toda imagen como escritura”, permitiendo “leer en sus propios rasgos la confesión de su falsedad”⁷. O dicho de otro modo: este uso del montaje es un procedimiento dialéctico que permite desarrollar, a partir de los “extremos”, una constelación cargada de tensiones que cristaliza en una especie de *texto legible*. Por ello resulta apresurado deducir que Adorno no habría visto ninguna posibilidad de transformar el elemento de montaje de los productos de masas –como los del cine– en una “escritura” que se desenmascara a sí misma. En un ensayo titulado “Transparencias cinematográficas”, publicado en 1966, Adorno escribe sobre el montaje en el medio cinematográfico, señalando explícitamente que éste dispone las cosas “en una constelación semejante a la de la escritura”⁸. En la figura de la “escritura” se esconde una leve esperanza de redención de lo carente de esperanza y de todos los productos de la industria cultural.

GUERRILLA CONTRA LA industria cultural. — Una de las objeciones típicas contra la filosofía de Adorno se dirige contra su impracticable pesimismo cultural. ¿Ha abandonado Adorno la pregunta de cómo ofrecer resistencia contra el régimen ideológico del mundo administrado? ¿Considera que la actividad y la flexibilidad del público-consumidor son demasiado reducidas? ¿Se trata de una simple imprecación de desprecio hacia las masas por parte de un esteta elitista que defiende la paradójica actualidad del arte vanguardista como “mensaje en una botella”? Semejantes reproches se han convertido en meros clichés, pero es innegable que resulta difícil encontrar en sus grandes obras indicaciones prácticas de actuación. Sin embargo eso no significa que Adorno no hubiera propuesto nada concreto frente a la barbarie de la industria cultural, ni que si hubiera limitado a reclamar que todo fuera sometido a la crítica, pero desde una contemplación inactiva. En los años cuarenta, mientras el filósofo redactaba en el exilio californiano –junto con Max Horkheimer– el capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la*

⁶ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, en AGS, vol. 3, pág. 151.

⁷ *Ibid.*, pág. 41.

⁸ Theodor W. ADORNO, “Filmtransparente”, en AGS, vol. 10.1, pág. 358.

Ilustración, co-escribía otro trabajo sobre la sociedad de masas. Se trataba de *Composición para el cine* (1943/44), una especie de manual de música para el cine; en él, Adorno y su co-autor Hanns Eisler no sólo planteaban reflexiones teóricas y estéticas sobre la futura música cinematográfica, sino que también desarrollaban estrategias concretas dirigidas a transformar el sistema de producción capitalista desde dentro. En este texto, Adorno intenta claramente contraponer dialécticamente una antítesis al pesimismo de su teoría de la industria cultural. Sobre el rol que el compositor desearía en el sistema burocrático de la producción cinematográfica puede leerse: “[el compositor] hará bien en tomar conciencia de estas circunstancias de antemano y sin hacerse ilusiones, y también en plantearse sus problemas de modo que pueda alcanzar todo lo posible desde el punto de vista musical en el marco del 'setup' fijado”⁹. En primer lugar, lo importante es considerar de antemano qué puede llevarse a cabo en el mecanismo existente de la industria cultural, entendido como “guarida del lobo”¹⁰; a continuación se trata de impulsar concienzudamente “la planificación”¹¹ para vencer al sistema en astucia y favorecer la emancipación del medio cinematográfico –incluso si para ello es necesario dar rodeos o hacer concesiones–. Es decir, habría que esforzarse por “introducir furtivamente tantos elementos no habituales y contrapuestos a la praxis dominante como sea posible; elementos en los que se prepare la esperanza, por débil que sea, de una nueva cualidad de la producción en su conjunto”¹². Esto sería, en palabras de Adorno y Eisler, “la guerrilla contra un sistema sin fisuras y racionalizado hasta el absurdo”¹³. Por ello los análisis de Adorno sobre la industria cultural deben ser reconsiderados en la constelación llena de tensiones que resulta de estos dos extremos: por un lado la crítica hiperbólica de la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración* y por otro la llamada pragmática a una “guerrilla” en *Composición para el cine*.

FANTASMAS EN EL CINE. — A los medios visuales, que retienen para la eternidad cuanto ha ocurrido y restablecen la presencia de lo ausente, les es inherente un matiz siniestro que recuerda a los hechiceros que conjuran a los muertos del Hades. Los personajes que aparecen en la pantalla o en el televisor son como

⁹ Theodor W. ADORNO y Hanns EISLER, *Komposition für den Film*, en AGS, vol. 15, pág. 88.

¹⁰ *Ibid.*, pág. 126.

¹¹ *Ibid.*, pág. 91.

¹² *Ibid.*, pág. 59.

¹³ *Ibid.*, pág. 126.

fantasmas a los que un medio tecnológico ha devuelto a la vida. Sin embargo, en su libro sobre la música para el cine, Adorno y Eisler subrayan que estas características comunes entre los medios basados en la reproducción y los fantasmas contienen un potencial de crítica al régimen dominante. En la representación cinematográfica detectan un momento “espectral”, porque los personajes hablantes del cine sonoro “viven y al mismo tiempo no viven”¹⁴; en base a ello elaboran un programa que aspira a despertar al espectador del éxtasis fantasmagórico industrialmente producido, desenmascarando deliberadamente el carácter “espectral” de las imágenes tecnológicas. En ello consiste la labor del compositor de música para el cine: en contraponer dialécticamente lo acústico a lo visual para desvelar “la inderogable alienación de los medios”¹⁵, que produce un efecto fantasmal sobre el público. Porque “la singularidad de los medios dice la verdad sobre una sociedad alienada de sí misma”¹⁶; ante el carácter “espectral” inherente a las imágenes, los espectadores podrían tomar conciencia, a través del “miedo” y el “shock”, de su condición como seres “alienados de sí mismos”¹⁷. “Sólo a través del shock puede el cine [...] enajenar la realidad empírica, permitiendo reconocer lo esencial que tiene lugar bajo la superficie realista”¹⁸. Con este objetivo proponen el uso activo de materiales musicales “avanzados” en el cine: el atonalismo o la dodecafonía en lugar de la música romántica convencional. Pero, según Adorno y Eisler, la música cinematográfica venidera no sólo producirá el efecto del “shock”: “De modo exagerado podría decirse que *toda música cinematográfica contiene por principio un elemento de broma*”¹⁹; éste expresa precisamente “la contradicción entre la materialidad reflexiva y el medio musical, convirtiendo esta contradicción en un elemento de su efecto”²⁰. Dicho momento bromista produce “efectos de contraste extremo en los que la música, más que seguir a la imagen, 'reflexiona' sobre ella”²¹, como en las músicas de escena intermitentes, que “interrumpen el contexto dramático cerrado” y lo “trasladan de la esfera de la inmediatez a la de la significación”²². Lo que Adorno y Eisler exigen al compositor cinematográfico es –por así decirlo– la interrupción acústica

¹⁴ *Ibid.*, pág. 74.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*, pág. 75.

¹⁸ *Ibid.*, pág. 42.

¹⁹ *Ibid.*, pág. 140 (subrayado en el original).

²⁰ *Ibid.*, pág. 71.

²¹ *Ibid.*, pág. 117.

²² *Ibid.*, pág. 73.

del curso de las imágenes, que posibilita la aparición de aquella “constelación semejante a la escritura” que permite leer críticamente las contradicciones en las imágenes y reflexionar sobre ellas. Esta discrepancia mediática perceptible en los montajes musicales contiene un punto de partida para la posible implosión del sistema de la industria cultural, contra el cual debe llevarse a cabo una guerrilla permanente y persistente.

ALEXANDER KLUGE. — En el epílogo a *Composición para el cine*, que Adorno añadió en la primera edición de la versión original del libro en 1969, puede leerse la siguiente frase: “Espero poder aportar algo a la cuestión [del uso de la música en el nuevo cine] junto con Alexander Kluge”²³. Dado que Adorno murió repentinamente tres meses más tarde, este deseo no llegó a realizarse. Pero la producción de Kluge en los medios visuales tras la muerte de su maestro puede considerarse sin la menor duda una continuación de la búsqueda adorniana de una composición cinematográfica emancipatoria. En sus numerosas películas, desde *Abschied von Gestern* (1965/66) hasta *Neues vom Tage* (1988), y pese a que abarcan diversos estilos, Kluge ha intentado experimentar con elementos musicales que ponen al espectador en situación de distanciarse de forma serena y crítica de las imágenes cinematográficas. Además ha fundamentado teóricamente su praxis mediática en su libro *Esfera pública y experiencia* (1972), co-escrito con el sociólogo Oskar Negt y dedicado al fallecido Adorno. Según este libro, la “esfera pública proletaria” debe ser constituida de modo que permita promover entre las masas un “conocimiento” orientado “a la necesidad de transformar el destino vital de los seres humanos”²⁴. Esto debía lograrse mediante una nueva organización del horizonte de la experiencia social, totalmente bloqueado y controlado por la “industria de la conciencia”, reconstituyendo capacidades de experiencia y percepción como el recuerdo, la temporalidad, la memoria, el sentimiento o la fantasía. Con este propósito debían ponerse en circulación “contraproductos” capaces de ofrecer acceso a la experiencia en medio del contexto social burgués, de modo que, en el futuro, el mecanismo de producción existente pueda ser transformado de acuerdo con los propósitos de la contraproducción. Dado que, desde el final del siglo XIX, las “esferas públicas productivas” han estado completamente filtradas por los medios, y que actualmen-

²³ *Ibid.*, pág. 145.

²⁴ Oskar NEGt y Alexander KLUGE, *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, pág. 51.

te la televisión determina especialmente la conciencia de las masas, fue una elección coherente que Negt y Kluge se centraran en este nuevo medio como escenario principal de la “contraproducción” venidera. De hecho, desde finales de los años ochenta, Kluge ha pasado del cine a la televisión, y aún hoy está en activo como productor televisivo con su productora DCTP. Lo que ha caracterizado los programas de televisión producidos por Kluge, como *10 vor 11* o *Prime Time – Spätausgabe*, es el uso radical del montaje, con el que rompe una y otra vez la continuidad narrativa mediante contrapuntos entre lo visual y lo acústico. Puede decirse que, de este modo, Kluge pasa a la práctica la teoría de *Composición para el cine*; es decir, la máxima de ofrecer resistencia al sistema de la industria cultural en las difíciles circunstancias existentes para transformar desde dentro sus mecanismos de producción ideológicos. Sin duda no puede negarse que las propuestas reformistas de Adorno y Eisler están en cierta medida desfasadas, ya que la atonalidad o las disonancias ya no suenan tan contundentes ni pueden suscitar en el público “shock” o “angustia”. Del mismo modo se reprocha a los programas televisivos de Kluge que someten al espectador a exigencias idealistas de modo unilateral, o que su estilo se ha convertido en rutina, y por tanto ya no produce el efecto deseado. Sin embargo, hoy es más urgente y necesario que nunca abrir paso a una tendencia sensorial que permita el recuerdo de lo “no-idéntico” dentro del sistema dominante: el recuerdo de lo deformado y excluido en el caudal de imágenes e informaciones elegidas y manipuladas de antemano. La “guerrilla” por la emancipación de los medios visuales de las ataduras de la industria cultural aún no ha terminado.

Traducción del alemán: Jordi Maiso

NUEVAS Y VIEJAS OBSERVACIONES SOBRE LA INDUSTRIA CULTURAL

MOSHE ZUCKERMANN*

mzucki@post.tau.ac.il

Fecha de recepción: 18 de julio de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 31 de julio de 2011

A menudo se afirma que, en la Teoría Crítica de proveniencia francfortiana, la categoría de industria cultural ha envejecido sobre todo porque los nuevos parámetros normativos le han arrebatado su aguijón crítico. Cuando los discursos del postestructuralismo francés —célebres sobre todo en Estados Unidos— comenzaron a derribar jerarquías culturales y a deconstruir los criterios tradicionales de evolución artística; cuando el aparato de la indiferencia postmoderna quedó recubierto por el barniz de lo políticamente correcto, se fue diluyendo el énfasis emancipatorio que subyace a la tesis de la industria cultural. Hoy el mero hecho de remitir a una maquinaria que entontece a los consumidores de la industria cultural para ajustarlos a las exigencias del sistema es rechazado como “elitista” o “anacrónico”. En las últimas décadas, la cultura de masas comercial ha emprendido una marcha triunfal que se manifiesta también en el hecho de que la crítica de la misma ya no parece afectar a sus productores ni a sus consumidores. Más bien al contrario: a esta crítica se la reprocha arrogancia antidemocrática y altivez pedante.

La industria cultural, como categoría de pensamiento, ha sufrido un destino similar al de otras categorías de la Escuela de Fráncfort, sobre todo las de personalidad autoritaria y crítica del capitalismo. Esto es importante en la medida en que la praxis de la industria cultural resulta impensable sin la orientación del capitalismo al beneficio y sin la predisposición al conformismo característica de la personalidad autoritaria. La cuestión es en qué medida estas categorías siguen históricamente vigentes. Porque, si la autoridad externa ha ido perdiendo crédito desde la modernidad temprana y la propia conciencia ha ocupado progresivamente su

* Universidad de Tel Aviv.

lugar; si, además, la “propia conciencia” es entendida como brazo derecho de la transformación social, y si dicha transformación ha liberalizado las formas tradicionales de control y disciplinamiento individuales, la propia conciencia habrá perdido su función burguesa como “déspota inflexible”¹. Por tanto, la cuestión que se plantea es cómo entender las figuras de la autoridad en las sociedades occidentales contemporáneas; es decir: si se puede mantener el concepto clásico de estructura autoritaria de la personalidad como matriz de las sociedades modernas, o incluso como “fundamento humano del fascismo”², tal y como se postulara en su momento.

En primer lugar, hay que tener en cuenta que la transformación de la situación mundial tras el hundimiento del comunismo en el Este de Europa no ha transformado en lo más mínimo la esencia del capitalismo; a lo sumo, que éste puede aspirar ahora a que el mundo entero sea su “terreno de juego”. La perorata sobre la “globalización” está al servicio de un discurso de nomenclatura neoliberal cuya función primaria se limita al encubrimiento ideológico de una barbarie objetiva de dimensiones planetarias; en ella se hunden (real o potencialmente) grandes partes de la humanidad, que sin embargo el discurso mediático incluye en la ideología igualitaria occidental de una globalización “cultural”. Los discursos sobre la identidad multicultural sustituyen la discusión sobre las causas estructurales de la pobreza a escala mundial –por no hablar de la lucha contra las mismas–. Por otra parte, no hay que olvidar que la lógica del capitalismo produce pobreza estructural también en las sociedades occidentales. No se trata únicamente de que el enorme aumento del bienestar no beneficie a todos los miembros de estas sociedades; tampoco de que en ellas exista una pobreza horrenda –agravada por el desmoronamiento del estado social–, sino de que el desarrollo histórico de los medios de producción no revierte en una reducción del trabajo alienado que sería objetivamente posible. Más bien se perpetúa la competencia en el mercado de trabajo manteniendo las tasas de desempleo estructuralmente altas, de modo que el trabajo alienado se convierte *mutatis mutandis* en una meta “codiciada”. El notable aumento de la xenofobia en los últimos años, así como el virulento prejuicio étnico y el crudo racismo, revelan una clara afinidad con estas contradicciones estructurales.

La figura más democrática y menos vistosa de lo autoritario, que apenas puede ser reconocida como tal, es el sometimiento al dictado globalizado de la industria

¹ Erich FROMM: *Die Furcht von der Freiheit*, Frankfurt a. M./Berlín, 1983, pág. 147.

² *Ibid.*, pág. 144.

cultural. En Adorno este concepto aparece intencionadamente diametralmente opuesto al de arte autónomo. Según su explicación, el concepto de industria cultural fue introducido para sustituir al de “cultura de masas” y excluir desde el principio la interpretación interesada de que ésta fuera “una especie de cultura que surge espontáneamente de las masas, la figura contemporánea del arte popular”. La industria cultural se sirve de elementos ya conocidos y los reúne haciéndoles adquirir una cualidad nueva: “De forma más o menos planificada, todos sus sectores fabrican productos concebidos para el consumo de masas y que en buena medida determinan este consumo. Los distintos sectores tienen una estructura similar, o al menos se engarzan entre sí. Se organizan hasta dar lugar a un sistema que apenas deja huecos”. La consecuencia de una industria cultural con semejante estructuración sistemática es la “integración intencionada de sus consumidores desde arriba”. Además “los ámbitos del arte elevado y el arte inferior, que habían estado separados durante milenios”, son reunidos a la fuerza, y en perjuicio de ambos: “El arte elevado pierde su seriedad al especular sobre su efecto; el arte inferior, al ser amansado por la civilización, pierde la fuerza de oposición que había tenido mientras el control social no era total”. Por tanto, mientras que la industria cultural especula manipulativamente sobre “el estado de consciencia e inconsciente” de las masas, éstas no son “lo primario, sino algo secundario, incluido en el cálculo, mero apéndice de la maquinaria”: “El cliente no manda, como querría hacer creer la industria cultural; no es su sujeto, sino su objeto”. Con otras palabras: “La industria cultural abusa de la consideración hacia las masas para duplicar, afianzar y reforzar su mentalidad, que presupone como algo dado e inmutable. Se excluye de antemano todo cuanto podría modificar esta mentalidad. Las masas no son la medida de la industria cultural, sino su ideología, al igual que la industria cultural tampoco podría existir si no se adaptara a las masas”³.

Pero esto no debe ser malinterpretado: el hecho de que los artefactos de la industria cultural no sean producidos “según su propio contenido y su coherencia interna” y de que la praxis de la industria cultural transfiera directamente “el principio del beneficio a los productos espirituales” no debe hacer olvidar que estos fenómenos no son nuevos. Sus primeros indicios eran visibles desde que los productos espirituales, en tanto que mercancías en el mercado, comenzaron a servir a sus autores como medio para ganarse el sustento. Lo nuevo en la industria cultural

³ Theodor W. ADORNO: “Részümé über Kulturindustrie”, en *Ohne Leitbild. Parva Aesthetica*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970, pág. 60 s.

es el “primado inmediato y sin disimulos del efecto, calculado hasta los últimos detalles en sus productos más característicos”; es decir: la gran relevancia que concede a la recepción plana y acrítica de sus productos por parte de un público de consumidores cada vez más abundante y masivo. “La autonomía de las obras de arte, que por supuesto nunca fue totalmente pura y siempre estuvo entremezclada con el efecto, tiende a ser eliminada por la industria cultural”⁴. Si bien las obras de arte habían tenido siempre un momento mercantil, pero no eran *sólo* mercancías, los productos de la industria cultural ya no son nada más que mercancías.

La concepción adorniana de la industria cultural está claramente impulsada por la función emancipatoria del arte. Por ello, en sus planteamientos, la industria cultural aparece como una instancia de contaminación cognitiva en constante expansión. Pese a la clarividencia de su análisis, hoy éste resulta un tanto “anticuado”; pero no por la “revaloración” generalizada de la cultura de masas modelada según los patrones de la industria cultural –por ejemplo en el postulado post-moderno de la superación de cultura *high* y *low*–, sino todo lo contrario: por los excesos de la industria cultural y por la enorme expansión de su ámbito de acción, así como por el desarrollo masivo de sus medios de producción, circulación y consumo, que han adquirido dimensiones que han eclipsado todo cuanto Adorno pudo imaginar en un estadio relativamente temprano del desarrollo de la radio y la televisión.

Los argumentos de Adorno deben ser radicalizados. Porque, si –como afirma el historiador de la cultura estadounidense Michael Denning– es cierto que hemos llegado “al final” de la cultura de masas y que los debates que remiten a ésta como a una esfera “distinta” están anticuados porque no hay nada *fuera* de ella; si la cultura de masas es más bien “el elemento que todos respiramos”⁵; si la industria cultural tiende a la comercialización de *todos* los ámbitos de mediación institucionalizada de la “realidad”, y por tanto a la dominación de nuestra percepción cotidiana de acuerdo con la forma de la mercancía y la cosificación; si los mecanismos para medir las cuotas de audiencia están concebidos para integrar a sectores de público cada vez mayores en un contexto global de consumo en expansión irrefrenable, y al mismo tiempo logran encubrir las consecuencias represivas de los aparatos de integración con la ideología aparentemente emancipatoria de una “liberalización del

4 Ibid., pág. 61.

5 Michael DENNING: “The End of Mass Culture”, en James NAREMORE y Patrick BRANTLINGER (eds.): *Modernity and Mass Culture*, Bloomington/Indianapolis: , 1991, pág. 267.

mercado” democrática y una “democratización del consumo” pseudo-liberal, remitiendo a la supuesta “libre voluntad” y a la “libre elección” de un individuo que en realidad cada vez está más perfectamente ajustado: si todo esto es cierto, entonces la industria cultural ya no se limita a ser la antípoda del arte autónomo, sino que es la forma de percepción e interacción en *todo* el ámbito de acción del capitalismo tardío globalizado. El principio de intercambio que subyace a la lógica estructural de la industria cultural se ha convertido en el principio formal omniabarcante de la morfología de la alienación objetiva de las sociedades modernas. Con “falsa conciencia” no se remite ya a una superestructura ideológica que es reflejo de la estructura económica, sino a una ideología totalmente dominada económicamente que se ha convertido en *praxis* de lo que Adorno denominara “contexto de obcecación universal”. Desde este punto de vista, el tratamiento de Auschwitz en películas hollywoodienses como “La lista de Schindler” es sólo un aspecto de la industria cultural; un aspecto igualmente relevante es que “la historia de Auschwitz es convertida en mero material, en una materia prima con la que se puede hacer política como se hace con las donaciones para la campaña electoral”, como ha dicho Detlev Claussen⁶. No se trata únicamente de que el uso inflacionario de un concepto acabe por convertir lo indecible en algo cotidiano, tampoco de que –a fuerza de hablar de ello– se acabe banalizando lo monstruoso, sino también de algo menos aparente: estos debates son tramados deliberadamente con objeto de provocar el escándalo periodístico. Como puede apreciarse en la discusión en torno a Goldhagen en Estados Unidos, en el debate sobre el Monumento a los judíos europeos exterminados en Alemania o en la polémica sobre el antisemitismo en Israel, hoy toda controversia pública exigente puede verse degradada a mera *praxis* ideológica de la industria cultural. Se trata de una cuestión de cualidad que se convierte en cantidad: en la cuantía de opiniones expresadas “democráticamente” sobre el tema, en el número de *talk shows* que “discuten” sobre el asunto de acuerdo con los parámetros televisivos, en la cifra de *posts* que polemizan desde los blogs, en las dimensiones de su fetichización mercantil. Todos estos fenómenos atestiguan que, desde que la cultura “post-Auschwitz” dominante ha transformado Auschwitz en un artículo de consumo cuyo valor de cambio se ha materializado en la estatuilla del Oscar (y en otras prácticas de cosificación de recuerdo del Holocausto), la barbarie

⁶ Detlev CLAUSSEN: “Das politische Denken wird ersetzt durch Konfessionen”, en *Perspektiven*, 31, 1997, pág. 27.

ya no es sólo un reflejo ideológico de la praxis, sino –como ya se ha señalado– una ideología que se ha convertido en praxis.

Lo autoritario de este proceso consiste en que se erigen nuevas instancias de autoridad: la creciente devoción hacia una cultura mediática que inunda todo a su paso como una marea, mediante sus modelos característicos de culto a las *stars*, devoción de los ídolos y la mentalidad de fan; la contemplación voyerista de *talk shows* que muestran a *freaks* y *low lives* en toda su deplorable miseria, y a los que se aclama tanto más enérgicamente cuanto más drástica sea la violencia con la que irrumpen y cuanto mayor sea su incapacidad de comunicar articuladamente: esta es la conducta del público de una lucha de gladiadores moderna que proyecta su propia vida sobre quienes se denigran totalmente a sí mismos; la disposición mecánica a exponerse a incitaciones al consumo, a la moda comercial y al sensacionalismo diseñados por profesionales. Ya se trate de arte, de entretenimiento, de un suceso político o de una catástrofe natural, sea el tema el asesinato o la muerte causada por el hambre, se hable de la extracción de los números de la lotería o de la dimisión de un ministro: de acuerdo con la estructura de presentación, percepción y explotación, todo degenera en mercancía. El valor de la muerte en África puede traducirse económicamente en valor de *prime-time*: se consume como *item*, y su efecto tiene una duración que puede medirse en el siguiente *item*, en la atracción subsiguiente, en el programa de entretenimiento que viene a continuación. Lo autoritario es la aceptación fetichista de una virtualización total de la vida; aunque ésta ya no viene “de arriba”, sí que se prepara “entre bastidores”, y convierte incluso a los hombres y mujeres del tiempo en personas de culto. Si en Adorno la familia seguía aún “las costumbres de su propio grupo social, étnico o religioso”⁷, nada sustancial ha cambiado en este sentido; lo que habría que investigar es en qué medida estas “costumbres” cobran forma siguiendo los patrones de las series familiares, y por tanto en qué modo los “factores económicos” del mundo mediático de la industria cultural influyen en “el comportamiento de los padres respecto a los hijos”. No debe tratarse aquí si con ello se promueve el fascismo en sentido tradicional. Eso se comprobará cuando las condiciones históricas objetivas para la resurrección del fascismo hayan madurado. Pero, mientras las estructuras autoritarias de la personalidad sigan siendo consideradas el “fundamento humano” del fascismo, se puede asumir que lo autoritario en sentido tradicional pervive en

⁷ Theodor W. ADORNO: *Studien zum autoritären Charakter*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973, pág. 7.

las sociedades modernas, y en consecuencia pervive también el peligro de una recaída en el fascismo que impulsara a Adorno y Fromm. De ahí la urgente necesidad de preguntarse si este elemento autoritario no habrá encontrado su (in)digno continuador en la estructura y en la lógica inmanente de la industria cultural.

Traducción del alemán: Jordi Maiso

ADORNO, Theodor W.: *Einführung in die Dialektik* (1958), Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2010, 439 páginas.

A finales de 2010 se ha publicado un nuevo volumen de las lecciones universitarias de Adorno, el curso de introducción a la dialéctica impartido en el semestre de verano de 1958, editado por Christoph Ziermann. Además del curso de Adorno, el volumen incluye los apuntes y anotaciones en que se apoyaban sus lecciones. Tras la publicación del curso sobre la relación entre reflexión filosófica y teoría crítica de la sociedad y del primero de los dos cursos sobre estética —ambos reseñados en *Constelaciones*—, el presente volumen inaugura la confrontación específica de Adorno con la dialéctica, centrando la atención en la reflexión sobre el que sería el método de sus trabajos materiales. Sin poder formular aún sus posiciones de manera inequívoca, Adorno se confronta aquí con las dificultades y contradicciones con las que se encuentra el pensamiento dialéctico. Para ello explicita, interpreta y construye modelos de pensamiento dialéctico, y de este modo facilita una cercanía respecto a su propia posición. Ésta es también la tarea a la que quería incitar a sus oyentes: “hacer de la dialéctica un asunto propio, reproducir sus motivos a partir de sus propias experiencias, producirlos de nuevo” (pág. 22). Lo que Adorno expresa aquí como objetivo recorre todo el curso como un hilo conductor. Dicho propósito cobra vida mediante el dinamismo del discurso hablado, incitando tanto a los oyentes de entonces como a los lectores de hoy a “asumir el esfuerzo y el empeño de pensar por uno mismo estos conceptos y, si es posible, ponerlos a prueba críticamente” (pág. 34 s.).

Cuando se habla de viveza, nos referimos a esa sublimación lograda que Adorno constatará en Hegel en su ensayo “Aspectos”, que escribió poco antes del comienzo de este curso. Se trata de un modelo de construcción de los conceptos mediante el que éstos “absorben de nuevo todo el colorido y la riqueza de la vida y comienzan así a relumbrar” (pág. 78). Según Adorno, este modelo de construcción conceptual contiene ya en Hegel un carácter inmanentemente político, puesto que a través de los conceptos “se da una interacción constante entre el pensamiento extremadamente teórico y el giro hacia la praxis” (pág. 55). Pero sobre esto volveremos más tarde. Porque lo que Adorno intenta desarrollar es ante todo un pensamiento extremadamente teórico; en primer lugar, a partir de algunos conceptos dialécticos centrales de Hegel, así como de distintas objeciones contra la dialéctica y de una crítica de las reglas del método cartesiano, explicita los momentos fundamentales del pensamiento dialéctico. De la concepción adorniana se deriva tanto

una crítica de las implicaciones políticas y las necesidades socialmente producidas –sobre todo la necesidad de seguridad– de las posiciones que se oponen al conocimiento dialéctico como también el que las ideas fundamentales sólo sean formuladas explícitamente al final –de acuerdo con la tesis hegeliana de que la verdad es fundamentalmente resultado–.

Con esto se anuncia ya la parte más fructífera y más densa del curso: la confrontación de Adorno con Hegel en la primera mitad del volumen, en la que Adorno explica “la dialéctica en su versión idealista, la hegeliana” (pág. 15) a partir de algunos pasajes del prólogo de la *Fenomenología del espíritu*. En su confrontación con Hegel, Adorno presenta distintos motivos del pensamiento hegeliano que se van desarrollando uno detrás de otro: la relación entre ser y pensamiento, el “movimiento del concepto”, el “núcleo temporal de la verdad”, el hablar de la verdad como el todo, el concepto hegeliano de mediación, el ya mencionado carácter de la verdad como resultado, la contradicción dialéctica, la idea de crítica inmanente, la relación de Hegel con la tradición (entre otros y explícitamente con Kant) y con la lógica tradicional, el concepto hegeliano de ser en sí y para sí o el esquema de la triplicidad –por mencionar solo los más importantes–. Pero la verdadera riqueza y densidad de estas ideas sólo puede comprenderse cuando se aprecia la imbricación de los distintos motivos entre sí: primero se alude a un tema sin desarrollarlo totalmente, para que más tarde, con la fuerza de las ideas desarrolladas entre tanto, reciba toda su significación, fundamentando así las determinaciones del concepto precedentes. El que este movimiento –característico del pensamiento dialéctico desde Hegel– sea expuesto al oyente y al lector al mismo tiempo que se ejecuta constituye el principal atractivo de este curso, que, si bien no hace de la publicación “una obra propiamente dicha” –como un periódico alemán escribió a propósito del curso *Sobre la doctrina de la historia y la libertad*¹–, ya no permite al receptor instalarse en una tranquilidad engañosa. Por ello Rolf Tiedemann ha escrito en su último libro que las ideas expuestas en este curso eran para él “lo verdaderamente estimulante en su pensamiento, que no había percibido tan claramente en la lectura de los escritos de Adorno y Horkheimer, y que desde entonces ya no me ha abandonado”².

¹ Theodor W. ADORNO: *Zum Lehre von der Geschichte und von der Freiheit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001.

² Rolf TIEDEMANN: *Adorno und Benjamin noch einmal*, Munich: Text+Kritik, 2011, pág. 29.

El desarrollo dialéctico del curso puede apreciarse por ejemplo cuando, en la tercera de sus clases, Adorno se aproxima al concepto de verdad y analiza los motivos hegelianos de “lo verdadero es el todo” y lo “absoluto” –que Adorno equipara con “verdad en sentido enfático” (pág. 30)– es “fundamentalmente resultado”. Porque esta aproximación se enriquece con las reflexiones precedentes sobre la relación entre pensamiento y cosa, esa “experiencia fundametal de la dialéctica” que consiste en “el avance de los conceptos a través de la confrontación con su objeto” (pág. 10). Es decir, la experiencia gracias a la cual el concepto de experiencia adquiere una importancia fundamental en la filosofía adorniana. Según ésta, es dialéctico el pensamiento “que no se da por satisfecho con el orden conceptual, sino que es capaz de corregir el orden conceptual mediante el ser de los objetos” (pág. 10); la reflexión dialéctica es “el intento de autorrestricción del pensamiento a través de la cosa” (pág. 11). Pero esta restricción no significa perderse irreflexivamente en la cosa, sino que sirve para salvar –desde la reflexión sobre la relación entre pensamiento y cosa– un concepto de verdad que conserva el énfasis de la dialéctica hegeliana sin renunciar a la diferencia respecto de ésta. Adorno subraya la necesidad de clarificar las reflexiones de Hegel sobre la relación entre identidad y no-identidad, sin simplificar por ello sus planteamientos ni ser injusto con ellos. Por ello no se limita a anteponer el veredicto aislado –que se convertiría así en un juicio no verdadero– sobre el carácter de filosofía de la identidad del pensamiento hegeliano para, después de esta “denunciación”, practicar alegremente su “propia” filosofía, sino que su exposición toma en serio los puntos fuertes de la filosofía hegeliana e intenta, por medio de ellos, ir más allá del propio Hegel. De este modo es consciente de que la filosofía hegeliana “identifica pensamiento y ser”, y que por tanto “la dialéctica [de Hegel] es en último término una filosofía de la identidad” (pág. 15), pero sólo para explicitar a continuación que la filosofía de Hegel no se basa en el principio de la identidad, sino que tiene en cuenta la mayor contradicción de la relación entre pensamiento y ser, es decir, la paradoja del pensamiento identificador de la no-identidad, y que sólo a través de este proceso lleno de contradicciones llega a tal identidad. Este momento de la dialéctica hegeliana, que se dirige contra la identidad abstracta, es lo que Adorno, a lo largo del curso, dirigirá contra el propio Hegel. En la medida en que renuncia a la idea de una identidad concluyente de identidad y no-identidad, se decanta por la experiencia objetiva de la cosa, que no se agota en la identidad como resultado.

La confrontación con Hegel y con los motivos hegelianos, así como el intento de hacer consciente su tendencia inmanente, que apunta más allá del sistema hegeliano, constituye la parte más densa del curso. Como interpretación adorniana de Hegel, esta parte puede iluminar las oscuridades que –algunos años más tarde– Adorno intenta clarificar en uno de sus *Tres estudios sobre Hegel*³. Por otra parte, su interpretación revela también los momentos en los que Adorno identifica los límites de un Hegel del que, al mismo tiempo, se sentía tan cercano que ocasionalmente se refiere a él como “mi Hegel” (pág. 210). Gracias a la exposición libre y a la pretensión de resultar comprensible, en esta confrontación con Hegel los problemas que Adorno reconoce en sus planteamientos y que quisiera superar resultan extremadamente claros.

Por lo demás, la excelente edición crítica de Christoph Ziermann facilita la comprensión de las diferencias de Adorno y Hegel. Las notas del editor remiten por una parte a los pasajes fundamentales de los escritos de Hegel comentados por Adorno, posibilitando la profundización de la lectura. Pero también señalan las referencias a Hegel que no concuerdan de modo exacto; por ejemplo cuando, a propósito de un comentario de Adorno sobre la relación de Hegel con Platón en relación a la filosofía primera y la filosofía del origen, se constata: “La admiración de Hegel por Platón es fácilmente demostrable. Sin embargo no pudieron encontrarse pasajes en los que Hegel reconozca el concepto de lo primero en el modo descrito por Adorno” (pág. 356). El esmero con el que se ha editado el volumen puede apreciarse también en las indicaciones sobre las conjeturas con las que se han completado los pasajes faltantes en la transcripción del curso, siempre detalladamente fundamentadas en escritos de Adorno. Este cuidado en la edición ha posibilitado que el editor haya logrado realizar notablemente su propósito de “elaborar una edición de lectura” (pág. 424). Pero se trata de una edición de lectura que no ha sacrificado el carácter científico. Además el volumen se cierra con un epílogo que, pese a su brevedad, es sumamente preciso. La publicación incluye también las anotaciones en las que Adorno se apoyaba para impartir sus clases y el plan general del curso realizado al comienzo del semestre.

Según este plan general (pág. 312 s.), después de la parte sobre Hegel –que, pese a su densidad, no llega a cumplir lo que Adorno se había propuesto en ella– debía

³ “Skoteinos oder Wie zu lesen sei”, traducido al castellano como “Cómo leer a Hegel el oscuro”.

venir una confrontación explícita y modélica con la dialéctica materialista. Por desgracia, dicha confrontación no tendría lugar en la extensión prevista. Hasta qué punto esto resulta insatisfactorio puede apreciarse ya en la huella de decepción que trasluce la lacónica nota del editor cuando, en la novena clase, a propósito de su crítica a la identidad de identidad y no identidad en la filosofía de Hegel, Adorno remite al posterior desarrollo de la “estructura extremadamente complicada” (pág. 127) de la relación entre teoría y praxis en Marx: “Adorno no llegará a desarrollar estos planteamientos en el curso” (pág. 378). Del mismo modo, puede sentirse una cierta decepción cuando se confronta el trascurso de las lecciones con su concepción en el plan general. Aunque algunos motivos de la dialéctica marxiana son esbozados ya en la parte sobre Hegel y explicitados en el desarrollo del curso, no llega a haber una exposición detallada de las transformaciones conceptuales requeridas por el giro materialista de Marx. Sin duda, una “introducción a la dialéctica” no puede ser omniabarcante, pero, si se tiene en cuenta el plan inicial, que preveía dedicar una clase a la “transición a la dialéctica materialista: filosofía del derecho”, y por ello también a “a) la doctrina del estado en Hegel” y “b) la crítica a la filosofía del derecho de Hegel en Marx”, pese a algunas observaciones sobre la teoría del estado en Hegel y la concepción marxiana, el texto del curso deja al lector con una cierta insatisfacción. En las clases octava y novena, Adorno trata la relación entre dialéctica idealista y materialista, pero a continuación se centra en el “doble frente” de la dialéctica: “por una parte contra la ontología y por la otra contra el positivismo” (pág. 158), y también en lo que une a ambos: “la necesidad de poder tener en la mano un fundamento último, que está estrechamente vinculada con la necesidad de seguridad que limita nuestro pensamiento en su conjunto” (pág. 155).

Pero en esta desviación de Adorno respecto a su planificación puede reconocerse algo sobre la temática que no llega a desarrollar explícitamente: la necesidad práctica de la dialéctica materialista. Tres años antes de la disputa del positivismo y varios años antes de la publicación de sus *Intervenciones*, Adorno lleva a cabo la tentativa de una intervención –si bien limitada– de la teoría en la praxis. La dificultad que no llegó a ser plenamente desarrollada –es decir, que “si no se acepta el concepto de praxis [...], la idea de que las relaciones materiales o meramente existentes pueden ser dialécticas en sí mismas sería de hecho inconcebible; mientras que Marx no concibe esta idea como algo meramente contemplativo y explicativo a nivel teórico, mientras que se trata, pese a todo de una teoría” (pág. 127)– recorre

todas las clases que siguen. El intento de que la dialéctica no se atrofie como una idea meramente contemplativa, explicativa, sino de poner en relación lo explicitado a propósito de Hegel con la praxis científica contemporánea para criticarla y transformarla, puede haber sido un impulso para no tener que tratar directamente la dialéctica materialista. Ésta es tematizada después de la crítica a la ontología, a propósito de lo que Adorno denomina “el espíritu del método científico en cuanto tal” (pág. 184): el “espíritu del método” que, según Adorno, subyace tanto al empirismo como al racionalismo. Adorno desarrolla esta crítica a partir de las cuatro reglas cartesianas en *El discurso del método* y mediante reflexiones sobre las transformaciones del concepto de sistema. Con ello no se pretende decir que una confrontación más explícita con Marx –precisamente desde la perspectiva del presente– no hubiera sido deseable; en el mejor de los casos, podríamos especular sobre los motivos que llevaron a Adorno a no hacerlo. Pero sí que se puede decir que –tomándose en serio la relación con la praxis– Adorno intenta hacer justicia a una primera “introducción a la dialéctica”: por una parte mostrando las dificultades de una dialéctica post-hegeliana y por otra en las conclusiones relativas a la praxis sobre la que podía influir, que intentan llevarla a ser algo más que una praxis meramente científica en el peor sentido del término. Por ello no es casual, sino producto del apremio a la acción de toda teoría crítica que no quiere ser totalmente inmanente, que en la exposición del pensamiento dialéctico que sigue a continuación se formulen instrucciones para la acción y se designen posibles puntos de aplicación sobre los que tanto la investigación de las ciencias particulares como la teoría de la ciencia tendrían que reflexionar.

Hoy estas intervenciones pueden resultar superfluas –porque suenan ya sobradamente conocidas– u obsoletas –porque se refieren a un concepto anticuado de verdad y de praxis–. Esto se debe a la mediación subjetiva del pensamiento, que Adorno pone de relieve; a que “el momento subjetivo [...] representa un mero momento, y el concepto de subjetividad en el que se basa es él mismo algo abstracto, una abstracción de los sujetos vivientes, los seres humanos vivientes, cuyo pensamiento forma parte de la determinación de las contradicciones” (pág. 272). Pero esta reflexión abstracta sobre la relación entre sujeto y objeto remite a algo más que a una mera estructura lógica: Adorno se toma en serio las “relaciones existentes” de las que hablara Marx en la medida en que considera la reflexión sobre la experiencia social como presupuesto de la posibilidad del conocimiento: sólo en rela-

ción radical con la constelación social correspondiente pueden reconocerse los puntos dónde se abren brechas en un contexto de ofuscación que se intensifica, porque los individuos lo refuerzan activamente, permitiendo al conocimiento llegar a ser algo más que mera tautología e inmanencia —es decir, permitiendo que llegue a ser conocimiento propiamente dicho—. En este sentido, en relación con las formas contemporáneas de subjetividad, los intentos adornianos de intervención están hoy anticuados. Pero esto debe tomarse con precaución, porque, por mucho que se hable hoy del carácter condicionado de la propia posición y de reflexividad, lo cierto es que en Adorno pueden apreciarse distintos momentos que rebasan la decadencia de la reflexión actual. Por otra parte, sólo a partir de los intentos de explicación de Adorno podría entenderse por qué esta reflexividad está decayendo: a esta se la escapan los dos extremos dialécticos, el todo y el fenómeno particular que se desvía de él. La exposición de Adorno permitiría comprender que una reflexión que ya no se refiere a la cosa en su mediación con el todo degenera en una reflexividad ciega, que debido a la dilatación forzosa de la pupila y el deslumbramiento resultante ya no es capaz de distinguir nada.

Esta ofuscación se realiza desde cada sujeto neoliberal —al precio del hundimiento. Consiste en evitar toda reflexión sobre la propia integración en una totalidad funesta, y con ello sobre la experiencia de una nueva forma de impotencia que cobra su absurda expresión en el uso de todo el poder movilizable. De este modo, todo lo que podría rebasar lo existente —aunque sólo fuera el sufrimiento causado por dicha situación— es absorbido y reprimido mediante una integración activa de todo resto de no-identidad en la exhibición irónica y alegre de la propia deformación. Semejante (auto)ofuscación podría ser analizada mediante la dialéctica de Adorno. La posibilidad de conocimiento objetivo sólo podría recuperarse por medio de un concepto de totalidad a cuya realidad se oponía la dialéctica adorniana, pero a la que no se puede renunciar para el conocimiento de dicha realidad. Esto es especialmente válido en una situación histórica en la que, por una parte, la heteronomía ha penetrado en los últimos momentos capaces de ofrecer resistencia y la incorporación conformista de todos los potenciales de resistencia ha llegado a convertirse en un requisito para poder ser aprovechable: la caza de lo no-idéntico se ha convertido en presupuesto de lo siempre-igual; pero en la que, por otra parte, la cosificación y la segmentación objetiva del contexto social planetario ha dificultado hasta tal punto la experiencia inmediata de la imbricación que la insistencia

en la propia autonomía se ha convertido, pese al vacío de ésta, en apariencia socialmente necesaria. Esto no significa que a partir de estas formulaciones pueda llegarse al todo o se lo pueda poseer como a una cosa. Pero, cuando Adorno señala el problema de “cómo comprender la parte a partir de un todo que nunca está completamente dado como tal” (pág. 130), esto no debe entenderse como una llamada a abandonar –como hacen los postmodernos– el conocimiento del todo y con ello la idea de verdad, sino como una incitación a tomar las transformaciones sociales tan en serio que el todo, en su propia dinámica, sea considerado como objetivo del conocimiento y también de la transformación.

Si uno es consciente de la continuidad y también de las rupturas sociales que nos separan de las reflexiones de Adorno, al lector se le ha dejado –pese a la caducidad de las intervenciones de Adorno, dirigidas a una constelación social precisa– una “luz encendida” (pág. 288) contra la afirmación ciega de la praxis actual (no sólo la teórica) y contra la formación social en la que dicha afirmación se basa. Esto podría ser más provechoso que el mero esperar que “la crisis general [...], por la universalidad de su escenario y la intensidad de sus efectos, inculcará la dialéctica incluso a los más afortunados”⁴. Por una parte porque, en la época que parece haber tocado fin, los “más afortunados” pudieron convencerse con cierta razón de que, pese a toda dialéctica, en último término nada cambia, y por tanto la resistencia a la experiencia está ya muy endurecida; por otra porque los potenciales de destrucción al alcance de los seres humanos han alcanzado tales proporciones que aquellos que se defenderán por todos los medios, y también con las armas, de tal experiencia, apenas dejan ya esperanzas. Pero sobre todo porque la lectura de Adorno –a diferencia de la crisis– puede llevar a una conmoción intelectual que, gracias al placer de la lectura, no conduce a la parálisis, sino que empuja a una experiencia que exige ir más allá del quedar atrapado en lo falso y no permite contentarse con una situación sin salida.

Arne Kellermann

arne.kellermann@hu-berlin.de

⁴ Karl MARX: *Das Kapital*, vol. 1, *Marx Engels Werke 23*, Berlín: Dietz, 1981, pág. 28.

DURÃO, Fabio Akcelrud (Ed.): *Culture Industry Today*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2010. 181 p.

Uma coletânea nem sempre é um empreendimento de sucesso, seja ela de um único autor, mais ainda quando se trata de diversos. Com alguma frequência os volumes dessa natureza compõem-se de contribuições díspares em conteúdo e qualidade, decepcionando o leitor mais exigente, aquele que espera de cada texto uma reflexão nova sobre o tema ou, ao menos, um comentário correto sobre a questão em pauta.

Não é essa a situação do ótimo livro organizado por Fabio Akcelrud Durão, *Culture Industry Today*, publicado em 2010 pela Cambridge Scholars. Durão, que é professor de Teoria Literária do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Brasil, reuniu oito ensaios e uma entrevista, de diferentes pesquisadores que, sob a rubrica geral do enfrentamento da atualidade do conceito de indústria cultural –e de sua fecundidade crítica– dedicam-se a distintas questões contemporâneas. A crítica do presente, com inspiração na analítica de Theodor W. Adorno em colaboração com Max Horkheimer em *Dialektik der Aufklärung* (1944, 1947/1997), é a força gravitacional que imanta o material reunido no livro.

Indústria cultural é um conceito simultaneamente crítico e irônico, não podendo ser entendido se essa dupla chave for desconsiderada. Se um conceito é também a história de sua recepção, não é o caso, no entanto, de dizer de indústria cultural como termo “neutro”. Quando pela primeira vez se anunciou a expressão, tratava-se de analisar um processo de mudança no interior mesmo do capitalismo que, no entanto, não viu sua estrutura ruir. Ao contrário, encontrou solução de continuidade: na guerra, no capitalismo monopolista. Captar esse movimento do ponto de vista de uma dialética do esclarecimento em sua materialização na cultura e seus destinos foi a genial investida de Adorno e Horkheimer.

Falsa reconciliação entre particular e universal, os esquemas da indústria cultural são a *antiexpressão* estética, a anulação malévola da tragédia, a fazer par com seu duplo, o totalitarismo político. O conceito enlaça também as disposições psicossociais afeitas ao consumo e à submissão à forma mercadoria, desta vez não apenas no registro da estrita organização do trabalho.

Indústria cultural tem sido um conceito aqui e ali desacreditado como anacrônico, se considerarmos o que representantes dos *Cultural Studies*, como Jesus Martín-Barbero, ou ortodoxos como István Mészáros, eventualmente escrevem. O

rótulo de "elitista", que surge quando a crítica é quase nada substantiva, mas apenas adjetiva, persegue Adorno.

Se a indústria cultural segue onipresente como mediadora universal e perversa na sociedade contemporânea, resta saber como ela opera e, simultaneamente, o que desse conceito sobrevive, já que “interpretar o mundo de modo novo” seria, nos termos propostos por Detlev Claussen, em seu *Das Veralten der Kritischen Theorie*, imperativo para uma Teoria Crítica da Sociedade – uma vez estando ela, como produto histórico do século vinte, superada. Esses são, e certa forma, os desafios do livro em tela.

Logo no início do primeiro capítulo, Robert Hullot-Kentor oferece o tom para o jogo, ao colocar sob o mesmo prisma a dinâmica autocontraditória do conceito de indústria cultural e o impulso à conservação de si. Ao fazê-lo, adianta o tema do segundo capítulo, também de sua autoria.

(...) if *culture*, when it is culture, is what potentially goes beyond self-preservation; and if *industry*, meaning considerably more than a device of manufacture, is what reduces this potential to the task of survival, then the *culture industry* – as the production of culture by industry – is the reduction of all that does and could go beyond self-preservation to nothing more than life lived in the violent struggle for survival. The manufacture of *culture* as the production of *barbarism* is the *culture industry*. (p. 12)

Os dois capítulos subsequentes tratam da especificidade da mídia, talvez a face mais visível e eloquente do fenômeno da indústria cultural, mas que não pode ser sinonimizada com ela. Heinz Steinert analisa a indústria cultural como parte de um processo de dominação total, em que o entretenimento exerce importante papel, mas de forma alguma é sua única dimensão. As “mercadorias intelectuais” teriam nesse contexto um lugar fundamental. Uma tremenda ironia, intrínseca aos *esquemas da cultura de massas*, surge como arremate no texto de Steinert (p. 70): “There is one redeeming quality of ‘culture industry’: it is so indifferent to contents that it will, on occasion, even let the truth pass.”

Yoshikazu Takemine, por sua vez, retoma as reflexões de Adorno sobre a televisão, indicações algo datadas pelos limites que davam forma a esse aparato quando da escrita dos textos, mas, simultaneamente, potentes exercícios analíticos a mostrar a materialidade da indústria cultural em um dos seus mais poderosos veículos. Takemine logra um duplo êxito: escava ensaios menos discutidos de Adorno e ver-

sões preliminares do capítulo de *Dialektik der Aufklärung*; destaca o caráter anti-iluminista da *Kulturindustrie*, ao elaborar uma ampla reflexão que toma como base aqueles textos, somando-os à análise de Adorno sobre a propaganda fascista, ela que dá o traçado *unificador* entre indústria cultural e totalitarismo.

Rodrigo Duarte advoga as categorias construídas por Horkheimer e Adorno para a crítica imanente da indústria cultural na Europa e nos Estados Unidos da América, com o objetivo de compreender os mesmos processos no Brasil, onde, pelo menos como forma, a produção do entretenimento de fato alcança patamares semelhantes aos do Hemisfério Norte. Entre as categorias centrais de análise, a expropriação do esquematismo seria o seu coração; em seu lugar, os esquemas fetiches da indústria cultural. Com dados sobre a produção e o consumo do entretenimento em seu entrelaçamento com a vida política do século vinte, Duarte escreve uma interessante análise que é sobre seu país – onde fenômenos como o rádio, a televisão e a internet têm presença maciça –, mas, ao mesmo tempo, sobre a fortuna crítica frankfurtiana.

É considerando as reflexões feitas por Adorno sobre a prefiguração da consciência pela indústria cultural e a permanência da tensão entre individual e particular no sujeito –*a partir de uma vida danificada*–, que Shierry Weber Nicholzen elabora seu texto. Trata-se de pensar a sociedade contemporânea e a psicanálise em seus labirintos, mobilizando conceitos como os de “sociedade pós-emocional” e “visão binocular”, frente aos ardis reificadores da sociedade administrada. Nicholzen encontra em Adorno a dimensão da paixão no pensamento, potência que lhe oferece singular efetividade.

Um instigante conjunto de reflexões sobre o tema do amor em Adorno, tomando como ponto de partida o contexto de ofuscação (*Verblendungszusammenhang*) no qual ele se coloca na sociedade administrada, e como uma espécie de eixo o aforisma *Constanze*, de *Minima Moralia*, é a contribuição Gerhard Richter. Não por acaso, o autor evoca Hans Magnus Enzensberger e seu conceito de *consciousness industry*. A fidelidade como opressão, que encontra aspectos da biografia do próprio Adorno, mas também suas assertivas sobre a indústria cultural e as demandas pulsionais reprimidas, a exemplo do Pato Donald, mostra-se como elemento fundante da sociedade administrada.

Uma reflexão sobre o conceito de indústria cultural a partir dos *Grundrisse*, de Marx, constituiu o texto de Johathan Dettman. Trabalho crítico que mobiliza a

natureza social do conceito de cultura e formas com as quais Adorno com ele opera, estrutura-se a partir do conhecido argumento de Moische Postone sobre a tópica frankfurtiana. A contribuição de Dettmann é uma peça que coloca sob tensão o conceito de indústria cultural a partir da noção de consumo esboçada por Marx.

O livro se conclui com uma conversa entre Durão e Robert Hullot-Kentor sobre vários temas, entre eles a história política nos Estados Unidos da América. Vale a pena citar, como arremate a esta resenha, um comentário de Hullot-Kentor sobre a falência da educação e suas impossibilidades políticas. Sobre aquilo que Adorno certa vez nomeou como *Halbbildung*:

High school and college students now graduate from these institutions considerably impeded in their ability to write. This is of national concern. All kinds of screws are being tightened both on students and on teachers to somehow get the students to write coherently. Draconian plans are being made to fix our “dysfunctional educational system,” that is, to effect a cure by inflicting undilutedly what is doing the damage in the first place. But education cannot resolve the problems. No amount of education could keep George Bush, a graduate of Yale, from speaking in stream of consciousness solecism and referring from the national podium to “childrens.” Every sentence poses the problem of the relation of the one and the many, but the capacity to set this relation right is not within language’s grasp. What we are watching happen to English right now bears comparison to the dissolution of Latin in the early Middle Ages after the collapse of Rome, whose social structure organized the language and maintained its grammatical order. To fix the schools, to help students write, it is the stupidifying social conflicts that must be addressed – as the problem of the common good. (p. 162).

Culture Industry Today é livro essencial para nos ajudar a seguir pensando.

Alexandre Fernandez Vaz¹

alexfvaz@uol.com.br

¹ O texto insere-se no programa Teoria Crítica, Racionalidades e Educação III, financiado pelo CNPq.

Expósito, Marcelo (ed.): *Los nuevos productivismos*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona/Museu d'Art Contemporani de Barcelona, 2010, 140 pàgines. Edición digital ampliada en el número monográfico de la revista virtual multilingüe *transversal*, septiembre de 2010, <http://eipcp.net/transversal/0910>

Los nuevos productivismos es un volumen colectivo que reúne trabajos de Marcelo Expósito, Christina Kiaer, Devin Fore, Dmitry Vilensky, Hito Steyerl, Doug Ashford y Brian Holmes, originariamente presentados en un seminario homónimo que tuvo lugar en marzo de 2009 en el Museu d'Art Contemporani de Barcelona, y más tarde editados en la revista virtual multilingüe *transversal*, con el agregado de las intervenciones adicionales de Gerald Raunig y Jaime Vindel. El libro se inscribe en una serie de producciones que desde hace algunos años vienen insistiendo en la necesidad de una relectura de las vanguardias ruso-soviéticas y de su irradiación en diversas formas del arte, la política y los medios de comunicación a lo largo ya de un siglo. Desde los trabajos pioneros de Benjamin Buchloh de los años ochenta, pasando por las contribuciones de otros colaboradores de la revista *October*, como Hal Foster, Susan Buck-Morss o Devin Fore, o las monografías de Christina Lodder, Maria Gough o Christina Kiaer, se viene planteando no sólo la necesidad de una revisión de la historia de las vanguardias rusas, sino también la importancia de las formas de su actualidad a finales del siglo XX y principios del siglo XXI. El libro que reseñamos es uno de los pocos trabajos producidos en castellano sobre la temática. Junto al también reciente libro de Víctor del Río (*Factografía. Vanguardia y comunicación de masas*, reseñado en el número anterior de esta misma revista), representa un hito clave para el debate de estos problemas en español.

El libro se propone como un laboratorio de trabajo y discusión en el que una diversidad de voces y perspectivas trazan, más que la nitidez de hipótesis unívocas, la compleja topografía de un terreno en disputa. Desde su propia estructura general, pone en diálogo prácticas críticas (Expósito, Holmes y Raunig) historiográficas (Kiaer, Fore y Vindel) y artísticas (Vilensky, Steyerl y Aschford), rompiendo con el sentido común académico que tiende a clasificar esas prácticas en compartimentos claramente delimitados y mutuamente inmunizados. Los textos se contaminan entre sí, dando lugar a una interlocución franca entre arte, historia y crítica que se reproduce al interior de cada intervención. Podría sugerirse que ya esta propia forma de laboratorio colectivo, polifónico y experimental es una primera modalidad de la resonancia de aquel “productivismo” que se proponía superar las for-

mas pasivas y consumistas de recepción, proponiendo, más que la transmisión de contenidos, la puesta en circulación procedimientos innovadores que tuvieran que ser actualizados por el receptor en cada caso.

Ahora bien, la asunción de esta multiplicidad no implica ningún blando eclecticismo consensualista. Por el contrario, se da en el marco de un posicionamiento general que contradice con firmeza las opiniones más establecidas sobre la temática. La apuesta acaso más sólida del presente libro, que liga las diversas intervenciones sin homogeneizarlas, es la apuesta por una historiografía no lineal ni teleológica de las vanguardias ruso-soviéticas, y por una apertura de sus formas de actualización. La “novedad” provocativamente anunciada en el título del libro alude a dos registros intrínsecamente relacionados: *nuevos relatos sobre el productivismo*, que enriquezcan la memoria crítica de los artistas-activistas contemporáneos, así como *nuevas prácticas productivistas* en la actualidad, que reclaman desde el presente una renovación de nuestra mirada sobre las escenas inaugurales de las vanguardias rusas de los años 20.

Por lo pronto, el libro se desvía de la interpretación de las vanguardias, y de su legado, planteada en la influyente *Teoría de la vanguardia* de Peter Bürger. Bürger entendía que el intento de revitalizar los postulados de las “vanguardias históricas” por parte de las “neovanguardias” de los años sesenta y setenta estaba condenado a la asimilación de los procedimientos de la vanguardia por parte de la institución arte y la industria de la cultura, planteando una matriz hermenéutica muy influyente que condena a las vanguardias a su carácter “histórico”, y que lee las tentativas de actualización desde el tropo marxiano de *la repetición como farsa*. Este planteo, a pesar de haber sido realizado –como recordara explícitamente el propio Bürger en el epílogo a la segunda edición de su libro– en los años del desencanto post-68, ha tenido una influencia casi unánime hasta nuestros días, invisibilizando en una mirada simplificadora y un relato unilineal la diversidad de prácticas de “crítica institucional”, ruptura estética y activismo artístico que tanto en los 60-70 cuanto en el nuevo ciclo de crítica política y cultural reinventaron lazos creativos con las vanguardias de comienzos de siglo para enriquecer las formas sensibles de resistencia al capitalismo. El libro que reseñamos presupone una visión abierta de la historia (del arte) como latencia en la que las apuestas de desbordamiento del arte planteadas inicialmente en las vanguardias de los años veinte se plantean como expe-

riencias rearticulables y reformulables en un presente que se sienta interpelado por ellas.

Si Bürger proponía la influyente idea de una *realización paródica* de la vanguardia en la industria cultural que se expandía con vigor en occidente (y que por lo tanto cerraba una experiencia que pasaba a ser “histórica”), resonantes lecturas de las vanguardias ruso-soviéticas propusieron la idea de su *realización siniestra* en el estalinismo que, aunque aisló o asesinó a sus principales representantes, habría sabido asimilar la concepción demiúrgica de transfiguración de lo real de los vanguardistas. Boris Groys es la voz más reconocida de esta interpretación (sobre todo en su *Obra de arte total Stalin*). En ella el estalinismo no sería tanto el remedo paródico o fraudulento de la vanguardia, sino su realización más acabada. El tránsito propugnado por los constructivistas de la representación del mundo a su activa transfiguración, mostraría que el meollo de la vanguardia es el despliegue de una voluntad de poder que sólo Stalin y su aparato represivo pudieron hacer realidad. Sólo en la Rusia estalinista se habría concretado la palingenesis artística que buscaba ya no imitar, sino construir y organizar la vida real en sus detalles, moldear la arcilla humana a partir de un plan diseñado por artistas-ingenieros. El asunto no sería qué tipo de sociedad se pensaba en cada caso, sino la propia idea de *imposición de una forma ideal a una materia en bruto*: Stalin fue el artista-rey platónico con el que los vanguardistas sólo pudieron soñar.

Asimilada en las sociedades de consumo o consumada en las sociedades totalitarias, el legado de las vanguardias sucumbe en interpretaciones cuyo principal problema no es tanto el modo en que clausuran las potencialidades críticas de la cultura y amoldan el arte a un tiempo de desencanto y cinismo, cuanto la visión unidimensional y unilineal que se ven obligadas a construir de las vanguardias para que el relato del *fin* de las energías utópicas del arte pueda ser articulado. Los relatos del fin de las vanguardias –como los del fin de la modernidad o de la revolución– ponen en acto un afán metanarrativo y teleológico que condenan en sus objetos de análisis. En su dimensión sincrónica, las vanguardias son simplificadas en un cuadro homogeneizador (ya desde el sintomático uso del singular en el título del libro de Bürger); en su dimensión diacrónica, son insertas en una temporalidad plana y unilineal de cronologías y relevos que no admite formas de acción diferida o anacronismos sintomáticos.

Este libro responde, por el contrario, a la necesidad de *nuevas genealogías de la vanguardia que compliquen su pasado y den apoyo a su futuro*, como plantea desde los años 90 Hal Foster y el círculo de *October*. Pues en efecto, sólo complicando su pasado y sustrayéndola de sus encasillamientos historiográficos puede la vanguardia convertirse en un reservorio de memoria cultural crítica para las prácticas emancipatorias del futuro. Y viceversa, al pensar a la vanguardia como un archivo de dispositivos sensibles liberadores para nuestra actualidad, se la desustancializa y se impulsa una superación de toda visión mitificada –no importa si hagiográfica o demonizadora– de su legado. El mérito principal de este libro es avanzar en la consecución de este cometido doble.

La introducción de Marcelo Expósito explicita los contornos fundamentales del territorio irregular del libro. En primer lugar, se hace explícito su carácter polémico, al señalar que a pesar de la importancia histórica y actualidad del arte revolucionario ruso-soviético, “a la hora de evocarlo se ha oscilado históricamente entre la fetichización de sus invenciones formales y la exaltación o denigración de su idealismo, mostrado como un voluntarismo imposible de cumplir dentro de una quimera más general (‘la’ revolución, representada a imagen y semejanza de un monstruo mitológico que siempre acaba –supuestamente– por devorar a sus hijos” (p. 10). De este modo, se liga desde un comienzo la polémica sobre la *inactualidad de las vanguardias* al debate mayor sobre la correspondiente *inactualidad de la revolución* y su legado. Si hablar de las vanguardias rusas es hablar de un proceso de radicalización *simultáneamente artística y política*, resulta consecuente asumir que la intervención de este libro se sitúa en un nivel *simultáneamente estético y político*: resistirse al carácter “histórico” de las vanguardias es un modo de resistirse a la clausura de la revolución como horizonte de emancipación.

En ese marco, la introducción vincula los trabajos en el esfuerzo simultáneo por articular una *genealogía*, construir una *lectura crítica* y rastrear las pistas de la *actualidad* de las vanguardias ruso-soviéticas. De este modo, historiadores, críticos y artistas confluyen en el intento de complicar el pasado de un programa artístico y político que, bajo diversas formas, no ha dejado de ser reiniciado a lo largo del último siglo: el esfuerzo por “efectuar desbordamientos de la institución artística, a partir del análisis de las modificaciones que en esas instituciones se operan como

resultado de dinámicas más generales de transformación de la composición material, técnica y política de nuestras sociedades” (p. 14).

Las intervenciones de Christina Kiaer y Devin Fore, dos de los más importantes historiadores actuales de las vanguardias rusas, ocupan un lugar clave, pues abren el libro con un desarreglo general de las visiones usuales de la experiencia soviética. El artículo de Kiaer (“¡A la producción!”: los objetos socialistas del constructivismo ruso”) es una muestra brillante del trabajo sostenido que la autora viene realizando (sobre todo en su libro *Imagine no possessions. The socialist objects of russian constructivism*) para revertir la imagen convencional del productivismo. Para condensar podríamos decir que se trata de plantear una lectura feminista del productivismo, o, más precisamente, de mostrar la existencia, en aquellos años 20, de un *productivismo feminista*, ajeno a la imagen acerada y ascética del productivismo masculinista que aparece en las reconstrucciones más usuales (como la que lo vincula a la palingenesia estalinista). Kiaer reconstruye un desplazamiento fundamental en la práctica constructivista, que fue de la fascinación con la industria pesada, de la fantasía de la fábrica siderúrgica, hacia el “diseño de prototipos industriales de objetos simples, útiles para la vida cotidiana en su nivel más básico de necesidades” (p. 25). Al testimoniar el tránsito del sueño ingenieril masculino a las indagaciones experimentales en torno a “la nueva vida cotidiana” (*Novi byt*) en artistas clave del productivismo como Rodchenko o Tatlin, Kiaer muestra una faz esencial del productivismo en general, que lo pone en la senda no del plan quinquenal sino de una sostenida indagación experimental en torno a una futura cultura material emancipada. Este tránsito del acero al diseño textil rompe con las jerarquías de género en el arte moderno y pone en jaque la idea heredada del productivismo como culminación del ideal (platónico) del artista-ingeniero-demiurgo que se asienta sobre las escisiones masculinistas entre actividad y pasividad, bellas artes y artes aplicadas, forma y materia, industria pesada y vida cotidiana. Y al hacer esto se trastoca no sólo la visión de un socialismo de acero (*stalinista*), sino también la visión de un socialismo *ascético*: lo que se alza junto a la *Novi byt* es toda la esfera de la singularidad del *deseo socialista*. Y aquí se formula la pregunta medular de Kiaer: “¿qué sucede, después de la revolución, con las fantasías y los deseos individuales que bajo el capitalismo son organizados por el fetichismo de la mercancía y el mercado?” (p. 35). Una pregunta –que une a Arvatov en oriente con Benjamin en occidente– en torno a la inquietante ambigüedad de la mercancía

capitalista y la dialéctica que liga, *en el socialismo*, consumo, tecnología y deseo, una dialéctica que no habrá de ser simplemente desmontada por la revolución, sino potenciada en un sentido emancipatorio.

Si Kiaer muestra un productivismo feminista que trastoca las dicotomías del productivismo masculinista tradicional, el artículo de Fore, “*Arbeit sans phrase*”, desbarata de manera elocuente la visión tradicional del productivismo *instrumentalista*, de un productivismo atendido a una visión de la técnica como control de procesos objetivos, como mero dominio de la naturaleza y de los hombres. El artículo de Fore muestra que el productivismo obliga a una complejización de las visiones heredadas de la *técnica* como mero instrumento enajenante y de la *producción* como nivel inferior y a-simbólico de lo humano. El productivismo, en la mirada de Fore, suspende la escisión entre el artista y la materialidad muda sobre la que se aplicaría la forma, planificada antes y por fuera de la materia, operando una ruptura de la lógica binaria que separa la materia de la forma, la producción de la comunicación, la técnica de la política. El productivismo como *socialismo técnico*, no en absoluto la generalización de la *técnica burguesa* (como dominio de la naturaleza), sino su crítica radical, y la apertura a una experiencia emancipada de la técnica (como dominio de las relaciones entre el hombre y la naturaleza, decía Benjamin). Para mostrar esto, Fore realiza un deslumbrante análisis del film *Entusiasmo* de Vertov, en el que la interpenetración entre procesos maquínicos-materiales y producción de sentido, entre ruido industrial y lenguaje humano, moviliza “una semiótica radicalmente materialista” una complejidad de “agenciamientos maquínicos” que van más allá de toda relación instrumental con la máquina (y anticipan los desarrollos contemporáneos sobre los *cyborgs*). Hay aquí, como en Kiaer, una singular puesta en juego de la teoría del fetichismo de la mercancía (digamos: movilizadora no tanto desde el lado de la crítica al capital cuanto desde la prefiguración de la vida comunista) en virtud de la cual se reclama que nuestra mirada sea capaz de despertar en cada objeto la pulsación humana de su producción, pues no reconocer la humanidad de los objetos técnicos sería pasar por alto el proceso productivo humano que en ellos cristaliza. Este singular materialismo nos sitúa más allá de los dualismos idealistas presentes en ciertas teorías políticas contemporáneas –como las de Hannah Arendt o Jürgen Habermas– para las cuales lo político sólo se puede afirmar (como en la Grecia esclavista) a partir de la oclusión aristocratizante de la actividad productiva

o técnica: la técnica como negación de la política es un dogma que el productivismo rompe, obligándonos a repensar la dialéctica entre modernidad industrial y política revolucionaria, sin la cual no se podría pensar una transformación socialista: “No un retorno a la vieja noción griega de la política como discurso, sino una redefinición de la política de la materia” (p. 59). Se desbaratan así dos jerarquías que impiden una adecuada recepción del productivismo: la jerarquía entre forma y materia (pues el artista no moldea la materia fuera de ella, sino que trabaja con y desde ella), y la jerarquía entre lo humano y la cosa (pues la cosa no es la inhumana reificación que hay que cancelar, sino grumo de trabajo humano). Estamos en el territorio de un materialismo radical ajeno a la dicotomía entre política y técnica, y por lo tanto, mejor pertrechado para afrontar los desafíos del capitalismo tecnológico contemporáneo.

Dmitry Vilensky, en “El ‘club activista’ o sobre los conceptos de casa de cultura, centro social y museo”, plantea sin rodeos la pregunta por el “valor de uso del arte” (p. 79). Partiendo de la experiencia del “Club obrero” diseñado por Rodchenko en 1925 para la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas de París, y de las Casas de Cultura Obrera de la Unión Soviética, Vilensky reflexiona sobre el proyecto colectivo que lleva adelante con el colectivo *Chto delat?* (véase www.chtodelat.org), titulado *Activist Club*. Asumiendo el diagnóstico post-obrerista de un capitalismo “postfordista”, en el que la fábrica “no existe y está en todas partes” (p. 82), y en el que la valorización del capital se juega en la propia producción cognitiva de relaciones comunicativas, la resistencia también sale de la fábrica y se derrama en las diversas formas que adopta el “*general intellect*”. De allí la pertinencia del diseño de “clubes activistas” en el que una red de actividades artísticas, políticas, intelectuales o pedagógicas, se entrelazan para ensayar una contra-activación emancipatoria de las potencias del “intelecto general”. El club activista se plantea como enclave prefiguratorio en el que la interpenetración entre arte y política hace estallar el estatuto de la “obra” de arte, para pasar a postular el *diseño de dispositivos complejos de subjetivación política*, así como el propio estatuto de “artista” se disuelve en el proceso de *autoconstitución colectiva de estas contra-instituciones experimentales* que se proponen como máquinas de articulación de arte, nuevas tecnologías y movimiento global.

Hito Steyerl, desde su práctica como documentalista, problematiza de manera crítica la relación entre productivismo y verdad en “La verdad deshecha. Producti-

vismo y factografía.” A partir de un sutil análisis comparativo de dos Films de Chris Marker sobre Medvedkin, uno de 1971 y el otro de 1993, muestra las diferencias entre la ilusión de registro desnudo de los hechos, que con frecuencia acompaña a las formas militantes del documentalismo, y la puesta en evidencia del carácter producido de la verdad, que se expresa en el ensayo filmico de Marker posterior a la caída del muro de Berlín. Steyerl sugiere que la reivindicación de veracidad u objetividad forma parte del programa productivista, que podría condensarse en el dictum “*factum verum*” (lo producido es lo verdadero), mientras que una imagen mucho más ambivalente y una mirada de sospecha se expresa en las técnicas factográficas, que podrían resumirse en el principio “*verum factum*” (la verdad es el producto de una construcción) (p. 98). Frente a la ilusión productivista de que *la producción es lo real* (que vincularía al productivismo con el afán totalitario de producción de lo real de los medios masivos contemporáneos), la operación de la factografía es diseñar estrategias que pongan de manifiesto que *lo real es producido*. En este dilema fundamental se jugaría el legado ambiguo de las vanguardias de los años 20 para el documentalismo contemporáneo.

En “Group Material: una memoria de la abstracción como matriz de lo real”, Doug Ashford recupera la larga experiencia del colectivo de artistas al que él mismo perteneciera, *Group Material*, desde la muestra *People’s Choice*, de 1980, hasta *AIDS Timeline*, de 1990. Se trató de una experiencia clave en la resistencia contra el ascenso del capitalismo neoliberal, en la que desde el desbordamiento del arte hacia la política se plantearon diseños para-institucionales de exposición y experimentación que dislocaban la autoridad del museo. En ese contexto, advierte Ashford el peligro de asumir el dogma del realismo como modo de expresión privilegiado del activismo, cuando de lo que se trataría sería, por el contrario, de desestructurar los lenguajes públicos establecidos.

Brian Holmes cierra el volumen impreso con un balance general de los diversos artículos, que ya desde su título (“¡A la información! La historia invertida en el presente”) se propone como *pendant* del artículo de Kiaer con que abre el libro. Lo que se propone Holmes es situar los “nuevos productivismos” (nuevos relatos y nuevas prácticas) en el marco de los cambios sociales, políticos y tecnológicos contemporáneos, tal como exigía el propio programa productivista de los años 20. La exigencia de la *apropiación de la tecnología*, observa Holmes, resulta primordial en ambos momentos históricos. La cultura activista contemporánea debe asumir “uno

de los principios estratégicos de la resistencia a la sociedad de control: aferrar y apropiarse del dispositivo, desde el corazón mismo de éste” (p. 133). Por otro lado, en los años 20 se trataba, como hoy, de adentrarse en la sutil e íntima lucha que tiene lugar en el plano de la producción de subjetividad y en las complejas formas de interpenetración entre las nuevas tecnologías y los niveles afectivos e inconscientes. “Ser capaces de aprehender la relación que existía entre la producción industrial y la experiencia afectiva en la era soviética resulta particularmente relevante en nuestra época actual, cuando la ‘mediatización de la conciencia’ a través de dispositivos electrónicos y de los contenidos simbólicos que estos ayudan a hacer circular se ha convertido en el principal sostén de la economía” (p. 133). Sin embargo, Holmes destaca que hemos asistido a una transformación general en el modo de producción capitalista que nos ha llevado de la fábrica a la red, del proceso maquinico al informacionalismo, del fordismo al postfordismo. Ese nuevo escenario abre nuevos desafíos, incluso relaciones invertidas con la problemática productivista. Así, si el maquinismo planteaba la pregunta por el trabajador sin habla, por la supremacía del proceso productivo sobre el proceso comunicativo, ahora estaríamos ante la situación inversa, ante una forma invertida de alienación postfordista de la que el modelo sería una humanidad “*habladora sin cuerpo*, ni tiempo, ni territorio” (p. 135). Otra relación invertida se plantea cuando reconocemos que tras la experiencia dislocada, desincronizada e hiperindividualizada de recepción de los medios ligados a la experiencia informacional, ya no puede plantearse volver al ideal de los productivistas de una “recepción simultánea y colectiva”. En todo caso, sugiere Holmes, habría de pensarse la “posibilidad de una *respuesta colectiva simultánea* a las condiciones de recepción diferenciada” (p. 137). Entre paralelismos y discontinuidades con la experiencia rusa, en el juego de repetición y diferencia que toda *actualización* implica, el artículo concluye depositando sus esperanzas en la confluencia de ingenieros de software *open-source* con los artistas de los “medios tácticos” que se articulan en el contexto de las luchas hermanas contra la precariedad y el cambio climático.

La edición digital (y anotemos al pasar que no es un azar que un proyecto sobre nuevos productivismos en la era informacional se edite también en una plataforma virtual) se completa con los trabajos de Gerald Raunig y Jaime Vindel. Raunig reflexiona sobre el lugar del “intelectual” en el productivismo. En “Transformar el aparato de producción. La concepción de una intelectualidad antiuniversalista en

la temprana Unión Soviética” parte de los postulados del Benjamin de “El autor como productor” para indicar que el lugar del “compromiso” intelectual no es un lugar moral, sino una posición objetiva en el proceso de producción. “Para Benjamin, la tarea de escribir *para* el proletariado desde la posición de un abanderado de la ley y de un luchador por la justicia, no es más que presunción; el estatuto de intelectual universal resulta insostenible”. Y a partir de allí analiza la excéntrica actividad de “intelectual específico” de Sergei Tretiakov a fines de los años 20. Tretiakov es también la excusa con la que Vindel, en “Tretiakov en Argentina. Factografía y operatividad en la vanguardia de los sesenta”, analiza la presencia de principios productivistas fundamentales en la (neo)vanguardia argentina de los años de la radicalización política, refutando, desde la materialidad del análisis historiográfico, la hipótesis bürgeriana de la neovanguardia como farsa.

El libro, en papel y en su versión digital, nos ofrece un panorama renovador de una de las experiencias fundamentales de las vanguardias de principios de siglo. Sin embargo, su cometido principal no es sólo historiográfico o estético, sino eminentemente político: ofrecer la experiencia del productivismo como sofisticada caja de herramientas que contribuya a los procesos actuales de emancipación colectiva, confiando en que los dispositivos complejos de solapamiento de arte y política entonces ensayados tienen una eficacia operativa singular en el capitalismo informacional contemporáneo.

Luis Ignacio García

luisgarcia78@yahoo.com.ar

HIVER, Marc: *Adorno et les industries culturelles. Communication, musiques et cinéma*, Paris: L'Harmattan, 2010, 242 páginas.

Marc Hiver, profesor de la Universidad de Paris Ouest Nanterre, propone una relectura de Th. W. Adorno con el objetivo de indagar hasta que punto este autor, creador junto con M. Horkheimer del concepto de *Kulturindustrie*, puede aportar claves para la comprensión y análisis de las producciones mediáticas y culturales actuales. Esta obra, dirigida principalmente, a filósofos, estetas, sociólogos y economistas, tiene un doble valor. Primero, porque aporta una lectura de Th. W. Adorno que no traiciona su epistemología y que, desligándose de toda sistematización, logra así recuperar la fuerza crítica de su investigación. Segundo, porque la recuperación de la lectura no sistemática, permite desgranar de ella algunas tesis que convierten la investigación adorniana en una herramienta de primer orden para un análisis crítico de la industria cultural contemporánea.

El autor propone primeramente desembarazarse de una noción construida a partir de una sistematización contra natura de los escritos de Adorno, por la cual el concepto de *Kulturindustrie* serviría para reavivar una cierta sacralización del arte y de la alta cultura, más que elucidar o aclarar la noción de industrialización y menos aún la internacionalización de la cultura. Armand Mattelart (*La Communication-monde*, Paris, Editions la Découverte, 1992) sostiene que Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, dos filósofos alemanes exiliados a los Estados Unidos, representarían la primera confrontación teórica entre la cultura europea de la Ilustración y la cultura de masa producida para millones de individuos. De esta confrontación resultaría el concepto de *Kulturindustrie*, lugar de la serialización, de la estandarización, de la división del trabajo, fijando de manera ejemplar el fracaso de la cultura y la caída en la mercantilización. La transformación del acto cultural en valor eliminaría así su potencial crítico.

Para Marc Hiver, esta tesis es abusivamente globalizante y alimenta la idea de una nostalgia, del desdén adorniano respecto de la *Kulturindustrie*. Para este autor, la lectura de Adorno debería conducirnos a retomar un análisis crítico radical de la industrialización y de la mercantilización de la cultura, aportando sobre todo unas claves para comprender y analizar las producciones mediáticas y culturales de hoy en día. La teoría crítica de la *Kulturindustrie* no sólo sirve en historia del arte o en estética para dar los cánones críticos del arte contemporáneo, sino que puede ayudar al estudio de la lógica de las industrias culturales, en definitiva a comprender desde el interior los movimientos de la industrialización de la producción y de

la instrumentalización de la recepción, y a no reducir sus productos al simple nombre de “no arte”.

Marc Hiver nos invita a desligarnos de la imagen de Theodor Adorno como un teórico globalizante, desfasado y defensor de la alta cultura, y nos redescubre un filósofo de “terreno”, es decir, un investigador que respira, en la palabras del autor, cierta llamémosle empiricidad. La imagen estereotipada, por tanto, de un Adorno localizado y superado históricamente olvida que fue un hombre de terreno artístico y cultural. Un hombre con un gran potencial analítico, con la capacidad para aportar una crítica desde el interior mismo del proceso de la industrialización de la cultura. El mismo término *Kulturindustrie* remite a una tensión, a una problemática entre dos nociones, la de cultura y la de industria. Un término que conduce a la problemática que lleva a Adorno a un provocador “corte estético” (*coupure esthétique*) para separar la creación artística verdadera (Ejemplo: *Les Femmes d'Alger* de Picasso que emergen de la existencia de una investigación artística) y la creatividad para-publicitaria ligada a la dominación dulce del consumidor cultural tenido por el placer, donde la víctima consiente a la manera de una relación sadomasoquista.

Para Marc Hiver, la actualidad de Adorno no hay que encararla como la actualidad de la Escuela de Frankfurt en general, ni en relación al primer periodo de esta escuela. Querer globalizar demasiado las coherencias de una obra asimilada erróneamente a un filósofo sistemático lleva a olvidar lo esencial de su fuerza crítica, ese contacto con la realidad, esa labor de terreno. Muestra de ello es que Marc Hiver pone a prueba la investigación de Adorno sobre distintos terrenos actuales como son la comunicación, la música y el cine.

Así, en el primer capítulo titulado “La forme parataxique adornienne et la navigation Hypermedia”, el autor intenta mostrar la relación que se establece en una escritura, entre los planos estéticos y epistemológicos, para un pensamiento que rehúye el espíritu de sistema. Este rechazo, consecuencia de la crisis de la racionalidad diagnosticada en el siglo XX, reivindica, no obstante, la necesidad de una coherencia que no sea reducida a la razón del más fuerte, mediaticamente o culturalmente hablando. El autor prueba aquí la actualidad de Adorno, intentando mostrar cómo un lector que busca dar un cuerpo teórico a la noción de navegación hypermedia podría abrir una vía a partir de la relación entre lectura y escritura paratáctica.

Otro de los terrenos que prueban la actualidad de Adorno es la industria audiovisual. Marc Hiver pone de relieve en el segundo capítulo, titulado “Adorno auditeur de cinema”, la revolución copernicana de Adorno respecto al modo de pensar las relaciones entre sonido y la imagen. Se trata de mostrar cómo Adorno es una herramienta que nos sitúa sobre el terreno audiovisual y nos permite comprender las lógicas de la industrialización de la producción audiovisual y de la instrumentalización de la recepción. La crítica de la noción de “lenguaje cinematográfico” inducida por los escritos de Adorno, así como la puesta en crisis del concepto de “movimiento” y la inversión de las relaciones entre sonido e imagen, ayudan a rendir cuentas de las lógicas mediáticas actuales.

En el capítulo titulado “Le devenir de jazz comme paradigme musical et formel des industries culturelles”, Hiver interroga la polémica sobre la crítica del jazz por parte de Adorno y el valor de ésta para una comprensión de la lógica de la industria cultural actual. Adorno adopta una perspectiva distinta de la del musicólogo, de la del *amateur* o del crítico, que establecen su discurso sobre la distinción entre un jazz auténtico y el jazz explotado de forma mercantil. La crítica de Adorno se establece sobre otra distinción: la que contrasta el jazz como la música del gran vencedor de la II Guerra mundial y la música contemporánea europea de la cual, como es sabido, Adorno se presenta como defensor. El lugar y la función de la crítica del jazz por parte de Adorno hay que buscarlo del lado de lo que anticipa. La nueva música “americana” está abriendo frentes: un jazz auténtico como substitutivo de la nueva música europea “contemporánea” (Schönberg, Berg, Webern, etc), así como en el frente de la música popular operando un cambio de paradigma a partir de un jazz edulcorado que va a convertirse rápidamente en un rock and roll movilizante, canalizando las aspiraciones y las energías de la juventud de posguerra.

Completa esta prueba de actualidad de la investigación adorniana un capítulo dedicado a las aportaciones de Adorno sobre la noción de placer como valor de uso de los productos culturales. Marc Hiver pone de relieve la denuncia que lleva a cabo Adorno sobre la confusión entre lo que las industrias culturales denominan placer y la estructuración sadomasoquista que, bajo la forma divertida e insidiosa, procura sólo un *flash* pasajero, pero, que ni tan siquiera alcanza la sublimación, ni cumple con la función de catarsis. Tener los consumidores por su placer, es un programa de dominación dulce, donde la víctima consiente. Para Marc Hiver, Adorno aportaría una contribución esclarecedora de los mecanismos de psicológi-

zación de las industrias culturales que, en nombre de una pseudo-teoría de las necesidades, buscando satisfacer los pretendidos placeres naturales y populares, constituye la base de masas de su poder de instrumentalización de la recepción.

Pau Frau

paufrau@hotmail.com

SCHEIT, Gerhard, *Der Wahn vom Weltsouverän. Zur Kritik des Völkerrechts* [Delusion of World Sovereign: Critique of International Law], Freiburg: Ça ira, 2009, 300 pages.

“Whole world is waiting for the saviour, yet many are unaware they are fundamentalists.”— Thus begins the book of Austrian philosopher and musicologist Gerhard Scheit on delusion of world sovereign.—

“Those who are aware, believe in the Messiah, Christ or Mohammed. Hence, they differ from each other at least as much as from those who are unaware, and who put their hopes in unification of Europe as prelude to unification of world, in centralized control of banks and stock markets, and in world peace to be reached through the United Nations. The states, the Catechism of the Seculars claims, must finally come to a worldwide agreement not only on harmful substances, but common tax rates and unified wages as well, so that no capital shall be able in future to exploit, by flowing from one country to another, public servants and employees against each other, and just exchange becomes realized in the end. But what is the origin of power”—the main argument of the study put in a nutshell— “which guarantees property of means of production, and is indisputably to be maintained, at least, as far as the ‘creative’ (*schaffendes*) capital in contrast to the ‘reaping’ (*raffendes*), or ‘greedy’ one, as they prefer to call it today, is concerned, the organization Attac bothers this just as little as the community of believers troubles to ask, why, after all, salvation has not occurred yet.” (p.13)

Scheit’s book analyzes the notion of world sovereignty, of a ubiquitous, global power entity, “imagined either as already given *in nuce*, or partially already operating, or to be installed at one fell swoop,” (ibid.) haunting political philosophies, who aim at radical critique of contemporary society and its political order, yet turn out political theologies themselves. Delusional idea about world sovereign brings forth, the author argues, deceitful unity of politics, which makes an appeal to international law possible without reflecting upon the actual political power required to enforce it.

Currently, Scheit points out in his introduction drafted in 2009, it is the president of the United States, Barack Obama, who is the primary projection object of a world sovereign, hence fulfilling a part similar to the one played by Mikhail Gorbachev in the 1980’s internationally. Although referring to the European context of political ideas among the German-speaking left, the study’s thoughts can be easily applied to political debates beyond it. Invested with extraordinary charisma,

Obama was called upon to “finally end the excesses of the United States in international arena, more so, to take over immediate leadership of the European Union, of the World Bank, even become the Secretary General of the UN itself, so that the interests of the United States once and for all dissolve into these international organizations” (ibid.) An omnipresent longing was reaching its apex in demand, reinvigorated in the aftermath of Obama’s Nobel Prize for Freedom, of the world to be free of nuclear weapons.

However, none of this happens, Scheit underlines; no nuclear bombs disappear. The US and Russia rather merely negotiate to reduce their number, in accordance to particular policy conjunctures of the two nation states. But why the persistence and omnipresence of this yearning for a global sovereign, who could, as it were, change the nature of state, and turn it immediately to fulfillment of the human good? Scheit's answer of a materialist implies at the same time a critique of the traditional Marxist understanding of state. Traditional Marxism assumes the state is but an instrument of domination controlled by a particular ruling class, reduplicated as such in every particular nation state. Scheit’s argument is closer to the results of the so-called West-German “state derivation debate” of the 1970’s. Drawing on Russian Marx scholar Eugen Pashukanis’s critique of bourgeois law in *The General Theory of Law and Marxism* (1924),¹ it was argued that the state is a social form mediated by modern law: it is an entity resulting from social relation of value as such. Modern state is not an epiphenomenal element of superstructure, but rather an actual extra-economic sphere, stemming from value which has become total. It is the ‘state of capital,’ not the ‘state of capitalists.’ While modern state is a historical result of immediate power of personal domination being replaced by impersonal domination mediated by value and capital, within any such modern state, violence becomes concentrated to form the monopoly over the use of force, controlled by state apparatuses—in order to truly realize legal form of the exchange relation between commodity proprietors, irrespective of their class position. The contract between commodity proprietors—both means of production owning capitalists and workers selling their labor power—as well as bourgeois law as such,

¹ See E. B. PASHUKANIS, *The General Theory of Law and Marxism*, New Brunswick: Transaction Publ., 2007; on the “state derivation debate”, see B. BLANKE, U. JÜRGENS, H. KASTENDIEK, “Zur neuen Marxistischen Diskussion über die Analyse von Form und Funktion des bürgerlichen Staates. Überlegungen zum Verhältnis von Politik und Ökonomie”, *Probleme des Klassenkampfes* 14, 1974, 51-102.

are not merely an instrument of manipulation. Rather, the domination comes to be mediated through law, and to the same extent the relations within the states are mediated by law, however, relations amongst them, their outward interaction, remain those of immediate violence, albeit possibly suspended under partial agreements of military alliances and economic partnerships. There is no global monopoly over the use of force to guarantee the realization of international law. World police and global court remain a virtuality, in contrast to the actual monopoly over the use of force inside modern states.

Hence, all the invested enthusiasm notwithstanding, president Obama, too, can be merely this: a more or less good president of the United States, an opposite of a global sovereign. And according to Scheit, at least by the time of writing his book, Obama was one of the worst. For the United States is merely the hegemonic power of the West. Similarly to every other nation state, the US is itself subject to relation of capital as global market, rather than subjecting relation of capital to itself. The US, too, can only pursue its own particular state interests, even though—and this distinguishes its politics from those calling for a global sovereign—they imply realization of conditions for global market. And because this is so, Scheit claims, anti-American resentment common in different degrees both among the left and the right of Europe, would have sooner or later re-emerged with a new vigor. This resentment is a modern anti-modern disposition of hate: Isolating to an object-for-itself a particular element of the totality constituting contemporary society, this it dismembers this totality arbitrarily. Excluding from criticism the so-called decent, positive, productive capital, the resentment attacks merely that “raffendes,” purportedly negative, so-called ‘money-destroying’ financial capital; it derives from irrational disjunction of the circulation from the production sphere. The delusion Scheit refers to, associates financial capital, by falsely personifying this abstract social relation in concrete, be it real or imaginary, agents, with both political and economic liberalism, traditionally regarded as embodied by the United States, and in the last instance, by the Jews fancied to stand ‘behind it.’ A peculiarity of modern antijudaism is to pathologically picture Jews as personification of the abstract ‘power of money,’ to imagine them as omnipresent agents of equally omnipresent circulation sphere, united in an alleged ‘global conspiracy’ as ultimate enemies of all righteous working people of this world. “Irrespectively, whether the United States acts heedlessly in its own interests, or purportedly as a global poli-

ceman in the name of international law: both false friends of Perpetual Peace and true supporters of Holy War regard the United States, insofar as it remains the actual hegemon, as a mere subsidiary of a negative world power, which is already present, albeit invisible. To them, this power itself can be grasped only in one single spot on earth, in form of a singular, very small state: Israel personifies global conspiracy of the Jews” (p.15). This is the form in which the anti-Jewish propaganda already present in National Socialist ideologues such as Alfred Rosenberg in the 1930’s, who claimed that the financial power of world Jewry was ostensibly consolidating, and striving to establish its center in Jerusalem, re-emerges transformed at the core of the contemporary delusion about a world sovereign.

A world sovereign relates to a hegemonic state as obsessive image does to actual power. With its ongoing efforts to maintain the position of such a hegemon, Scheit stresses, the United States demonstrates simultaneously, what international law actually is: a virtual law, a mere convention which can be executed only by military force of a state, or state alliances; and these very same efforts demonstrate too, what international law is not: a substitute for one’s own military power. The US, Scheit argues, is actual evidence that no world sovereign exists over against and beyond global economic relations; that, moreover, each attempt to realize it, ultimately, is directed against the Jews, as the penetrant delusional personifications of the abstraction of value and—primarily financial—capital, because it denies the Jews the national sovereignty, which is their last defense in the event of an earnest threat in today’s world after Auschwitz.

Rather than to attempt a comprehensive explanation of the emergence of such delusion of world sovereignty, Scheit criticizes its elements in contemporary political philosophy. The author, however, has addressed this issue previously in other studies dealing with its particular aspects: *Suicide Attack: Toward Critique of Political Violence* (2004), *Masters of Crisis: On Interrelation of Destruction and People’s Wealth* (2001), and *Hidden State, Living Money: On Dramaturgy of Anti-Semitism* (1999).² This study consists of a series of essays on major authors of modern political philosophy, Kant as well as Hobbes and Hegel in separate chapters, which connect to the works of more contemporary theoreticians of international law Franz Neumann, Ernst

² G. SCHEIT, *Verborgener Staat, lebendiges Geld. Zur Dramaturgie des Antisemitismus*, Freiburg: ça ira, 1999; *Meister der Krise. Über den Zusammenhang von Menschenvernichtung und Volkswohlstand*, Freiburg: ça ira, 2001; *Suicide Attack. Zur Kritik der politischen Gewalt*, Freiburg: ça ira, 2004.

Fraenkel, and Leo Strauss. But in particular Scheit's critique is targeted at the 20th century German political philosophy, and it is most incisive in regard of theories of sovereignty by Hans Kelsen and Carl Schmitt, and, in connection with the latter, Martin Heidegger.

The fundamental relevance of these authors is demonstrated, however, by Scheit's initial analysis of his contemporary principal witnesses, who follow in the footsteps of those "German ideologues" (p.16) today. To pick out Jürgen Habermas and his "Oriental double" (ibid.) Tariq Ramadan here is not a coincidence. From the outset, Scheit stresses, the aim of German ideology has been to dismantle the western notion of sovereignty. But in its present form, he claims, it finally declines to even declare itself German, and is being formulated mostly outside Germany as well. If in Kelsen and Schmitt, political sovereign explicitly plays a central role, in contemporary authors its function has been taken over by "global domestic politics" and "global governance," – "or, to put it in other words: 'deconstruction of sovereignty'" (ibid.). In jargon to which these terms belong, Scheit claims, the blindness about the present state of affairs and notion of politics in general, finds its most vivid expression. Without questioning, whether domination and governance deprived of sovereign and monopoly over the use of force can be possible, every theoretical means are applied to corroborate such belief, be it the Kantian notion of "perpetual peace," or "'the Holocaust as culture' by the Nobel laureate Imre Kertész" (ibid.). Hence the "German ideology" of today incorporates "destruction of civilization" into historical narrative as well as philosophical conceptions of history in such a manner that this destruction becomes an inalienable part of history: "a moment in its continuity" (ibid.). The global state sought after is then granted the "honorary status of the morale deduced from past history" (ibid.).

For Germany especially as well as Europe—Germany and France remain two leading countries of the European Union—one can but agree with Scheit that this role is manifest in case of Habermas. By virtue of his "ongoing interventions in German and European public debates since the end of the Cold War, [Habermas] has assumed the role of the European 'teacher of nation'" (p.17). As Habermas writes in his essays on *The Divided West* (2004), Scheit points out, the negative experiences are the ones "we learn from the most."³ However, the experiences in Habermas's

³ See J. HABERMAS, *Der gespaltene Westen. Kleine politische Schriften X*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp

account, lose all their singularity. Homogenized, they wipe out each other as such. All comes to be commensurable: “religious wars, confessional and class distinctions, destructive power of nationalism, as well as the Holocaust,” – and so do the opportunities, as Habermas writes, which can be gained from reflecting upon these homogenous events. (Habermas quote, *ibid.*) Habermas legitimizes the European Union itself as a response to Europe’s warmonger past, declaring, that if this “project” succeeds, it could serve as a model for other types of governance beyond national states. What this “project” is reduced to, however, Scheit hints, is sending public servants to governance academies to learn and internalize new rights and legal regulations, forms of “communicative” discourse. Thus instead of party elite, the vanguard now is unitarian bureaucracy.

Scheit claims, that the failure to be found in Habermas, however, is typical for ratiocinations on international law³: It consists of transposing individual rights into relations among the states. For, he underscores, if states cannot embody same rights borne by individual citizens, then violence exercised by the states can be released from its bond with law. Such reasoning suppresses that the hegemon, who comes into being only in nexus of violent relations among multiple states, is not an exclusive monopoly over the use of force, which could control these relations between states in the same manner sovereign of a nation state can indeed control its citizens. If “global governance” and “global domestic politics” are conceived of as governance without sovereign, and monopoly over the use of force, the only political actors remaining are “rackets of direct violence” (p. 40).

Contrary to Habermas, however, “this ideologue of the European Union, who turns away his glance in horror from America’s neoconservatively enlightened politics, and in shame from Israel’s resolute one,” (*ibid.*) Kant, to whom Habermas nevertheless refers, in his *Perpetual Peace* had preserved the insight that the states, even while maintaining civil states within themselves, have a lawless reciprocation externally.⁴ Peace between nations appealed to by Kant remains a normative claim, a pipe dream. No sovereign possesses actual power to enforce unified international law. As the particular states do not wish to succumb to public laws binding for all peoples of world, Scheit stresses, Kant replaced a positive idea of world republic with a surrogate of an alliance merely preventing the wars. But in Kant too the idea

2004, 56.

⁴ See I. KANT, *Werkausgabe*, Bd. 8, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1982, 478.

that the states relate to each other as individuals do, already prevails. States act in the same manner as do the citizens, who obey their sovereign, and understand laws executed by it. "Only Horkheimer takes the Kantian notion of enlightenment literally, presupposing anytime and under any circumstances, that only the individual can use his own reason and express solidarity. Only concrete individuals can be bound by a common goal of struggle against suffering, of living in freedom, and of realizing the truth." (p.43). Yet for Kant, on the other hand, the motivation of a particular citizen comes to be the movens of entire people, with whom the individual identifies himself. Scheit shows, that this Kantian idea is central for German philosophy of law at the turn of the century. It is on this threshold that one of the leading theoreticians of international law, and major jurists of the German Weimar republic, Hans Kelsen, already explicitly argues for the primacy of international law.

Kelsen, a legal positivist and an adept of "theory of pure law," although criticizing Kant's transcendentalism, radicalizes and consummates the Kantian notion of identity between individual and state rights and action. Kelsen, Scheit indicates, omits altogether the question, whether a world sovereign is possible as such. This is, according to the author, exemplary for theory of law after the experience of the World War I. "In the aftermath of its horrors, as if falling from skies of dreams, philosophy of law declared that Immanuel Kant's fantasy had long ago become reality, and it always had been. Only the states are not aware of it yet." (p.45) It is necessary to radically suppress the idea of sovereignty, writes Kelsen in *The Problem of Sovereignty and the Theory of International Law* (1920).⁵ And the sovereign is substituted by international law. Kelsen, in an already common manner, identifies states with individuals, based on his notion of "human conduct." This notion allows him, Scheit argues, to abstract from violence between the states, while the state is explicitly reduced to legal relations. Kelsen insists on "theory of state which is stateless." "The analogy between citizens and states, between individuals and peoples, is the basic element of all conceptions of international law. But it is the task of ideology critique to reveal, how a mere analogy is raised to the assertion of identity." (p.49)

⁵ See H. KELSEN, *Das Problem der Souveränität und die Theorie des Völkerrechts. Beiträge zu einer reinen Rechtslehre*, Tübingen: Mohr, 1921.

Kelsen abstracts from concrete humans, in order to declare priority of legal person as “nexus of responsibility.” The idealist expression “human conduct” is applied to designate basic human material; it dissolves the concrete human being and its body, allowing one simultaneously, as Scheit underlines, “to feel oneself a perfect humanist,” “completely irrespective of who or what acts, the individual or the state” (ibid.). Hence, a juridical standpoint of primacy of international law is reached, combined with delusion of world sovereign, “which like the Kantian transcendental subject shall be able to accompany all my representations” (p. 50). Kelsen interprets the legal unity of humanity—“only temporarily, by no means permanently, divided into more or less contingent states” (ibid.)—as *civitas maxima*, a world super-state. This political nucleus of juridical hypothesis about primacy of international law is, according to Scheit, the founding element of pacifism, conceived of as an opposite to imperialism. But in contrast to Kelsen, he stresses, the enlightening potential of philosophers such as Hobbes lays in the fact that in Hobbes’s determination of interrelation between state and law the particular, the individual, commodity proprietor is the starting point. In Kelsen, on the other hand, “the community of states with equal rights [...] immediately subordinates the individual to the community within state, for the community, as subject of the state, [...] becomes the actual legal person” (p.54).

It is this logical moment which is adopted by political theology of Carl Schmitt, the leading National Socialist jurist and theorist of law. It was not coincidental that, as Scheit recalls, that while Kelsen helped Schmitt to acquire his professoral chair, Schmitt later retorted with an anti-Semitic campaign, in which Kelsen was assigned the role of the principal enemy of German jurisprudence. Schmitt’s initial point was to identify law and state as in theory of pure law. But he defined the notion of power beyond the limits of law. In other words, he introduced a concept of power characterized by properties of unmediated personal domination. Schmitt openly rejects opinions of individuals, the sum total of which for him constitutes democracy. Instead he demands a power, which goes beyond the individual. And this power is the state, which is legal subject in the utmost sense. The state mediates law and right of the individual, but in such a manner that the individual disappears. In Schmitt’s *The Value of State and the Meaning of Individual* (1914)⁶ one

⁶ See C. SCHMITT, *Der Wert des Staats und die Bedeutung des Individuums*, Berlin: Ducker & Humblot,

still encounters the judge, the preliminary form of the later dictator. The judge makes “decisions,” which are thus far situated within the boundaries of laws of the Wilhelmian state, and guarantees the commensurability of particular actions. This commensurability, Scheit shows, later vanishes from Schmitt’s theory, because he ignores the reciprocation of multiplicity of individual states. The state is always taken in isolated form and in singular number. Schmitt, too, refers to “nexus of responsibility,” and contrary to Kelsen, he does not omit the individual’s body. But, Scheit stresses, Schmitt conceives of this body as something contingent, “an arbitrary accumulation of atoms, completely subordinate to state power.” “The aim of this power is the diminution of the individual to the extent that its extermination becomes possible” (ibid.). In this context, Scheit outlines the metamorphosis of the Hegelian theory of state in Schmitt. For Schmitt, contrary to Hegel, the absolute idea is realized only in religion, whereas state merely functions to preserve it. The absolute idea exists solely within the religious horizon. This lays the groundwork for Schmitt’s theory of *Volksgemeinschaft*, the racial “community of people,” as cornerstone of the statehood. In *Political Theology* (1922),⁷ although the relation between the state and international law is still described along the lines of Kelsen’s argument, Schmitt already explicitly objects to the abolishment of the sovereign. Here Schmitt provides his definition, according to which sovereign is he who decides about the state of emergency. This definition, Scheit explicates, amounts to the intrusion of “state of nature” into state, which, nevertheless, according to Hegel, is necessarily given only in relations between the states. Schmitt is an advocate of violence inside the state. And his sovereign is situated simultaneously inside and outside the law, because the sovereign is he who can determine the total abolition of constitution; in other words, the state of emergency cannot be established by the acting law. Scheit draws a parallel to the notion of “law which is not controlled by law,” to be found already in legal theories of Schmitt’s predecessors Jellinek and Lasson. According to these theories, state power cannot be derived from a higher power; it knows no higher force above it. (p.64) In contrast, Schmitt, reconstructing the Hobbesian *Leviathan* in his argument against Locke and Kelsen, ultimately reduces the state to the moment of the “decision *ex nihilo*.” (ibid.) The apparent

2004.

⁷ See C. SCHMITT, *Politische Theologie. Vier Kapitel zur Lehre von der Souveränität*, Berlin: Ducker & Humblot 2004.

problem is thereby, as Scheit stresses, that such decision *ex nihilo*, presumably unrelated to other states, on the contrary, presupposes existence of multiplicity of actual states. Similarly, an individual decision to buy or to sell, to exchange money for commodities or *vice versa*, made '*ex nihilo*,' structurally presupposes the relation of capital. "If Schmitt asserts that it is the sovereign, who creates and guarantees 'the situation in its completeness and totality,' because he possesses the monopoly over the last decision, then what one witnesses here is an existential turn in the theory of state" (ibid.). —Georg Lukács, Scheit underscores, had demystified in his *History and the Class Consciousness* (1923)⁸ the Hegelian idea of totality to the extent that it became possible to grasp it as the totalization of value. The next step could have been, he stresses, to carry out a critique of the state, which Lukács did not undertake, instead following the Leninist party. Critique of the state is, according to Scheit, a necessary precondition to grasp the modern national sovereign as that entity which "creates and guarantees" the relation of capital as a whole and in its totality. Yet this sovereign exists only in plural, only in form of interrelation between the multiplicity of the states. And it is only within this relation—according to Hegel, the "state of nature," relation of violence—that the sovereign incarnates the value as well.

Contrary to it, Schmitt, Scheit stresses, substitutes the capital with "situation," while totality becomes its variable. "Hence, Schmitt opens up the possibility to isolate the sovereign: the possibility to abstract the sovereign from its nexus with other states. All one encounters on the face of the earth, is the sovereign and his decisions; humans are merely material in which this decision is actualized. But inasmuch as individuals identify themselves with the sovereign, inasmuch as they can and are allowed to do so, they themselves assume the position of sovereign. And this position demands from them that they perceive their own bodies merely as material. It requires the readiness to sacrifice one's own body to the sovereign." (p.68) The readiness to sacrifice—for which the German term *Volksgemeinschaft* stands—is interpreted by Scheit as the identification without contradiction, that is, without the non-identical. This identification is the embodiment of that *nihil*, from which the sovereign is assumed to emerge. Schmitt's distinction of friend and enemy, as well as the notion of law itself, Scheit argues, are merely the means

⁸ See G. LUKÁCS, *Geschichte und Klassenbewußtsein. Studien über marxistische Dialektik*, Berlin: Luchterhand, 1968.

through which the idea of *Volk*, people, is placed prior to the state. Thus the fundament is laid for the basic distinction which Schmitt already openly introduces in the 1933 edition of *The Concept of the Political*: the distinction between Germany and the Jews. Quoting Schmitt in his seminar on Hegel (1933/1934), Martin Heidegger too, claims that the actual political is constituted by the self-affirmation of the historical being of *Volk*.⁹ And the distinction of friend and enemy is merely derived from it. The individual is abolished. "The political theologian proclaims himself to be an advocate of the sovereign—only to dissolve it. He takes the sides of Leviathan, in order to pave the way for Behemoth." (p.70)

Scheit's book provides a detailed critique of influential German political theories on international law, which implicitly or explicitly base on the delusional idea of world sovereign. His discussion of Franz Neumann's *Behemoth. The Structure and Practice of National Socialism* (1941/1944),¹⁰ which he plausibly qualifies as the most advanced analysis of National Socialism and the state by critical theory of the immigrated Frankfurt Institute for Social Research, is remarkably fruitful. *Behemoth* overcomes limitations of the traditional Marxist notion of fascism as an immanent effect of modern liberal state in the age of the so-called monopolist capitalism. It is often enough that the critique of the state, unlike the one presented by Scheit, terminates in affirmation of a negative dissolution of state—in last analysis, in favor of an analogue of that barbaric *Unstaat* (anti-state), as which Neumann characterizes the Nazi German 'state.' Under National Socialists, the unity of law in the state was dissolved to be subordinated to the competing interests of interdependent "rackets," the leaders of which, in Neumann's words, were constantly forced to get along after permanent fights with each other. The "anti-sovereign" (Manfred Dahlmann)—or the Jewish "anti-race," delusionally perceived as the final enemy of the German *Volk*—was the sole unifying principle of this anti-state. The political delusion of a world sovereign pursues the same wish of abolition of nation state without criticizing the relation of capital constituting national states. Hence, in truth, it affirms interests of particular states under the banner of international law,

⁹ See E. FAYE, *Heidegger. The Introduction of Nazism into Philosophy in Light of the Unpublished Seminars of 1933-1935*, New Haven - London, 2009, 113-150.

¹⁰ See F. NEUMANN, *Behemoth. Struktur und Praxis des Nationalsozialismus 1933-1944*, Frankfurt a. M.: Fischer, 1993, 554.

and it is ultimately directed against the sovereignty of the Jewish state of Israel as “the Jew among the states,” as called by Léon Poliakov.

Devi Dumbadze

devi.dumbadze@rub.de

SCHWARZBÖCK, Silvia: *Adorno y lo político*, Buenos Aires: Prometeo Libros, 2008, 282 páginas.

Tal vez en ningún otro lugar como en la carta a Thomas Mann del 28 de diciembre de 1949, Theodor W. Adorno se haya manifestado, antes de la década del sesenta, de un modo tan explícito acerca del espacio ilusorio de la política. Escrita al regreso de su exilio americano, en ella Adorno describía a Mann el entusiasmo con que sus alumnos de Frankfurt se entreveraban con él en arduas disputas sobre cuestiones insondables “al límite de la lógica y la metafísica”, agregando luego que lo hacían “como si se tratara de política” y que el motivo de la vehemencia de la discusión en terrenos no políticos se debía al hecho de que la política misma ya no existía.

El 9 de enero de 1950, en respuesta a esa carta, Mann deslizaría unas lacónicas pero significativas palabras acerca de la exagerada percepción adorniana del frenesí discutidor de los estudiantes. Al final de la misiva, Mann se despedía diciendo: “Le mandamos nuestro mejor saludo y le deseamos que continúe el *alegre filosofar* con los niños”¹. Este detalle, cargado de una buena dosis de la sutil ironía del novelista, ya que él desconfiaba no sólo de la política sino también de cualquier espíritu de efusividad que naciera de las ruinas de la catástrofe alemana, bien podría, desde la distancia, tomarse como un lúgubre presagio de lo que le sobrevendría a Adorno. Pues el *alegre filosofar* del teórico de Frankfurt con los jóvenes iría deteriorándose hasta tal punto que, llegada la década de 1960, la reflexión filosófica misma se tornaría en el nudo gordiano de las virulentas controversias de Adorno con los estudiantes políticamente radicalizados. Incluso, en los últimos años de los sesenta, Adorno exacerbaría en sus declaraciones públicas su pesimismo acerca de las posibilidades de la praxis política liberadora en el mundo administrado.

Ninguna praxis política podía modificar las opresivas condiciones existentes, puesto ella necesitaba individuos autorreflexivos, y éstos para Adorno sólo habían sido un proyecto incumplido de la temprana sociedad burguesa. Siguiendo ciegamente el curso de la tendencia social, los hombres no podrían ser ni libres ni felices de un modo verdadero. Sin embargo en el planteamiento de Adorno la política era la única acción que contenía la fuerza colectiva necesaria para realizar una sociedad libre y, por ella y con ella, la felicidad en esta vida. Lo que constataba Adorno era entonces el fracaso de las promesas de felicidad de la política, y con éste, el carácter deformado que asumían las alternativas de la praxis proclamadas tanto por los defensores del activismo revolucionario como por los heraldos de la negociación dialógica.

El libro *Adorno y lo político* de Silvia Schwarzböck se inserta en el seno mismo de esta paradójica y, para muchos sectores de la izquierda intelectual, irritante conclusión ador-

¹ Theodor W. ADORNO y Thomas MANN, *Correspondencia 1943-1955*, ed. de Ch. Götde y Th. Sprecher, Buenos Aires: FCE, 2006, p. 60 (traducción modificada E. A. J.).

niana. A través de una rigurosa y hábil interpretación crítica de asuntos no referidos especialmente a la política, pero contenidos en la obra filosófica del teórico frankfurtiano, Schwarzböck se propone reconstruir la naturaleza aporética de una filosofía política nunca plasmada por Adorno, para luego explicitar las razones que lo llevaron a sostener, en un registro filosófico, el fracaso de la política. Con ello, Schwarzböck no pretende iluminar algo que el propio autor, por distintas razones, se negó a desarrollar en un lenguaje claramente comunicable, sino que su intención apunta a extraer del corpus adorniano unas consecuencias teórico-prácticas para volverlas contra el mismo Adorno.

En la reconstrucción que lleva a cabo la autora, el supuesto de que la filosofía política de Adorno está atravesada por dos momentos entre sí irreconciliables vertebró los cinco capítulos del libro. El primero de esos momentos, el materialista, postula que la verdadera praxis emancipatoria es la acción política. Ésta crearía las condiciones necesarias para eliminar el sufrimiento que los hombres padecen en cuanto especie. A su vez, esas condiciones posibilitarían también la emergencia de un tipo de subjetividad basada en el individuo libre. El segundo, el momento freudiano, aporta a Adorno una antropología filosófica pesimista, que se enfrenta con el anterior momento. De allí que al peculiar pesimismo melancólico de Adorno no haya que buscarlo en los tramos amargos de su biografía, sino en la no muy reconocida presencia de Freud dentro de sus escritos filosóficos. Al mismo tiempo que la emancipación es posible por medio del sufrimiento de cada hombre, paradójicamente es el mismo sufrimiento lo que lleva a constituir una subjetividad endurecida en función de una supervivencia ciega y, además, a identificarse con los dominadores. En la vida dañada, los hombres provocan en los otros el mismo daño que se les ha ejercido a ellos. Este momento explicaría los motivos que conducen a que la política no cumpla sus promesas liberadoras, pues, para cumplirlas, la psiquis humana debería ser diferente a la históricamente existente; a su vez, en tensión con este momento, el momento materialista mostraría por qué la política, gracias a la capacidad de sufrimiento, podría redimir a los hombres.

La consumación de la promesa de la política sería la sociedad emancipada y, unido a ella, la realización de la felicidad terrenal. Al centrarse en este postulado reivindicado por la tradición materialista de los hegelianos de izquierda, y que Adorno tematiza con mayor detalle en sus lecciones sobre la terminología filosófica que en sus obras más citadas, Schwarzböck realiza una operación poco habitual en relación a las frecuentes interpretaciones sobre Adorno. En éstas, la noción de felicidad adorniana o bien ocupa un espacio periférico en la reconfiguración de su filosofía o bien es concebida como una idea que atañe a la moral. Schwarzböck no sólo enfatiza la función de la felicidad en el pensamiento de Adorno sino que, además, la desplaza del ámbito de la moralidad y la reviste de un singular estatus político.

En efecto, para la autora el movimiento decisivo de Adorno fue el de trasladar el centro del problema de la felicidad del plano moral al plano político. El racionalismo moderno, de Kant a Freud, pensó el problema de la felicidad entrelazado con el del merecimiento y la virtud individuales. Adorno, en cambio, condensa el problema en la pregunta por su autenticidad: la cuestión de la felicidad no pasa por si ella es algo contingente, propio de los inestables deseos de los sujetos empíricos, y por tanto indeterminable para la verdad filosófica, sino por el criterio de que la felicidad propia, para no ser falsa, necesita de la posibilidad material de que los otros también sean felices. Y las condiciones para que la felicidad de todos y cada uno sea posible en este mundo las configura la acción política, no la moralidad personal.

La moralidad, en el mundo dominado por el principio de intercambio de equivalentes, no puede transformar a los hombres en individuos libres y felices. Ella es tan paradójica como compensatoria para el todo social falso. Pues, si los sujetos no respetan los mandatos morales, su idea no se cumple y reinan los mezquinos intereses instrumentales. A la inversa, si el sujeto respeta la ley moral dentro de la vida dañada, el precio que paga es la infelicidad. La moralidad es ideológica, y no porque responda a unos ocultos intereses particulares, sino porque compensa lo que a la totalidad le falta, creando la ilusión de que la bondad existe en medio de la inhumanidad. A su vez, como según la autora lo muestran tanto las películas de Fassbinder como el personaje principal de *Rocco y sus hermanos* de Visconti, y como según Adorno se prefigura en los últimos actos de la *Ifigenia* de Goethe y en los héroes de *La flauta mágica* de Mozart, en medio de la injusticia general, ni los sentimientos nobles y ni las acciones desinteresadas podrían imperar sin riesgo para la propia conservación de los sujetos morales. Ellos tampoco estarían a salvo de producir, sin desearlo, males mayores. En una sociedad no liberada, toda felicidad es falsa.

Para poder pensar esta vinculación entre felicidad y vida emancipada en la modernidad, Adorno lee la historia de la filosofía en clave antieudemónica. En esa lectura se afirma que los principales exponentes de esta historia, con excepción de los hegelianos de izquierda y de Nietzsche, al mismo tiempo que han enaltecido la figura del sufrimiento, por considerarlo algo profundo y elevado, han relegado a la felicidad al ámbito del efímero placer, ligado al cuerpo y a lo sensible. Pero, para Schwarzböck, el trazado adorniano se torna inquietante cuando ubica a Hegel como el filósofo antieudemonista por excelencia. Según la autora, esto responde a un supuesto que sostiene la construcción de *Dialéctica Negativa*: la posibilidad de que los hombres puedan ser felices en este mundo depende de que la dialéctica hegeliana se abra.

Para Adorno, en el sistema hegeliano todos los momentos transitorios de la historia son momentos necesarios en el despliegue del plan del espíritu. Una vez que éste se ha completado en su totalidad, los hombres pueden ser libres, pero no felices. La felicidad no

estaría contemplada en la dialéctica cerrada de Hegel. El espíritu, que fue construido por los hombres, cuando hubo completado su desarrollo, se les presenta a éstos como algo necesario, como un sistema que funciona por sí mismo y contra lo que sus acciones nada pueden. Bajo el dominio del espíritu vuelto sistema, todo sucedería como si ellos hubiesen quedado encandilados por el artificio que idearon para salir de la prisión de la naturaleza. Llegados a este punto, los impulsos de la política, como acción liberadora del sufrimiento que la especie se causa a sí misma, quedarían paralizados.

Tras esta interpretación de Hegel, curiosamente basada en una episódica frase pronunciada por éste en una de sus lecciones, para poder reingresar a la felicidad y abrir la dialéctica, Adorno recurre al concepto de contingencia delineado en *Dialéctica Negativa*. Mientras que la dialéctica de Hegel encarnaría la dialéctica de la necesidad, la de Adorno representaría la de lo contingente, puesto que, como nada de lo que no acaeció fue imposible, nada de lo que ocurrió fue necesario. La tarea de la dialéctica negativa adorniana sería entonces la de desmontar la construcción hegeliana del espíritu como algo necesario. Y esto no sólo para develar sus espurios orígenes, al modo de una genealogía nietzscheana. El propósito de Adorno consistiría más bien en explicar por qué, a lo largo de la historia, el espíritu, como artificio contingente cuya finalidad se orientaba a convertir a los sujetos en individuos autónomos, en tanto dominadores de la naturaleza externa y de su propia naturaleza pasional, ha mantenido a sus constructores, los hombres, bajo un hechizo. Éste, al adquirir la forma de lo necesario, somete a los mismos individuos, volviéndolos sujetos tan cosificados como apáticos.

Los individuos, los únicos que podrían haber configurado una acción política liberadora, chocan con lo que Schwarzböck denomina *felicidad paradójica*. Toda ambición redentora es impotente porque tendría que enfrentar un obstáculo insuperable: la constitución de la subjetividad. En la dialéctica de la subjetividad adorniana, toda felicidad humana, en su intento por ser un retorno imposible a una arcaica felicidad plena e indivisa, termina siendo paradójica, porque cuando cada sujeto cree que logra liberarse de su yo cosificado por vías que parecen lo opuesto de la cosificación, no hace más que volver a someterse a ese proceso de cosificación general.

Con la sociedad de masas, en la cual cada sujeto reproduce el sistema dentro de sí mismo, la psiquis se transforma en el terreno privilegiado para una nueva forma de dominación. Ésta es explotada con excepcional eficacia por la industria cultural, la cual aprovecha el único modelo de felicidad que puede representarse un sujeto que ha olvidado los motivos que lo llevaron tanto a separarse de la naturaleza como a transformarse en un sujeto cosificado. El sucedáneo de felicidad que los sujetos obtienen de la industria cultural cumple una función ideológica compensatoria, pues no sólo repone, por medio del entretenimiento planificado en el tiempo de ocio, las fuerzas necesarias para retomar el trabajo pro-

ductivo, sino que también borra las huellas del sufrimiento acumulado, la cuales permitirían entrever alguna resistencia contra la clausura sin fisuras del sistema. Cuando la política es neutralizada, la única oposición a la clausura total es la consciencia de la infelicidad y de que ésta no debería ser.

La esfera que asume la promesa de felicidad, que ni la moralidad ni la política pueden cumplir en este mundo, es la del arte autónomo. Pero, para Adorno, el arte que verdaderamente cuenta es aquél que se expresa en un lenguaje negativo. Sólo quien pudiese cargar sobre sus espaldas con la memoria del sufrimiento acumulado, codificada a través del trabajo con la forma estética, podría resguardar de un modo auténtico aquello que la industria cultural compensa ideológicamente. Sin embargo, el riesgo que corre por atesorar esta verdad –ya que el arte es, al mismo tiempo, diferente de la sociedad falsa en que surge y también una crítica encriptada del dominio de la naturaleza dentro de esa sociedad– es el de la imposibilidad de cambiar a la sociedad y a los hombres. Al fin y al cabo, quien debía haberlos transformado no era el arte, sino la política. Y entre ambas dimensiones se ha abierto, para Adorno, un inconmensurable abismo.

Schwarzböck configura de este modo la aporética médula del "pesimismo político" de Adorno. Sin embargo, lo que intenta su libro es, en todo momento, la confrontación crítica. Su interpretación se tensa hasta poner a la luz las consecuencias que Adorno no acaba de extraer de sus propias reflexiones. Muchos son los sugestivos desafíos interpretativos que se despliegan en este libro. Refiero sólo algunos bajo la forma de pregunta. Cuando Adorno lee a Sade, ¿no debería haber visto en él al filósofo político de la "sociedad obscena", más que a un precursor de los totalitarismos modernos? ¿Acierta Adorno al pensar la dominación en término de un proceso de cosificación total? ¿Acaso no debió, en base a su noción de contingencia, haber tomado otra posición en los enfrentamientos de los años sesenta con los estudiantes de izquierda? ¿Cómo es posible sostener la contingencia después de su lectura hegeliana que entiende clausurado el sistema? ¿Comprendió correctamente las diferencias y la función de la industria cultural, en general, y del cine, en particular?

Adorno y lo político, a casi cuarenta y dos años de la muerte del filósofo, replantea la vigencia de su pensamiento. Pero también este inteligente ensayo permite iluminar el esquivo estatuto político a partir del cual se podría repensar, en un horizonte histórico y conceptual diferente a aquél en que se movía la reflexión de Adorno, la felicidad como un deseo humano realizable en este mundo, en el cual ya no se puede apelar sin más a ninguna de las viejas certidumbres que avalaban el anuncio de su promesa.

Esteban Alejandro Juárez

juarezeal@hotmail.com

Sobre Constelaciones

En el panorama actual de revistas de filosofía no existe un foro de debate y difusión para los intentos de actualización de la Teoría Crítica en el ámbito iberoamericano. Este hecho nos movió a poner en marcha un espacio de encuentro y discusión entre quienes consideran que la Teoría Crítica tiene algo significativo que aportar a la tarea de desentrañar la situación social, cultural y política actual.

En los ámbitos de las Ciencias Sociales, el Cine, la Comunicación Audiovisual, la Crítica de Arte, la Crítica Cultural, la Estética y Teoría de las Artes, la Ética y Filosofía Moral y Política, la Filosofía, la Historia del Arte, la Historia y la Teoría de la Educación, la Música, la Política, la Sociología, la Teoría de la Literatura, etc. asistimos a una intensificación del diálogo con los representantes de una tradición de pensamiento que, en tiempos de una crisis profunda y de un oscurecimiento sin precedentes del horizonte histórico, convirtieron la crítica radical en una responsabilidad intelectual irrenunciable y la teoría crítica en una forma de praxis social acorde con esos tiempos. Dicha crítica sigue sirviendo de inspiración a algunos intentos actuales de afrontar responsablemente los retos teóricos y prácticos del presente, a los que esta revista pretende dar acogida.

No pretendemos alimentar ninguna ortodoxia ni sucumbir al encantamiento de las disputas entre supuestos herederos, legítimos o no, de unos pensadores elevados contra su voluntad al panteón filosófico. Lo que pretendemos es aunar los esfuerzos teóricos hasta ahora aislados de quienes trabajan en este ámbito; ayudar a darles visibilidad en el marco de la producción filosófica general; contribuir a fortalecer la continuidad de un debate y un intercambio que, cuando ha tenido lugar, ha resultado enormemente fructífero; y organizar y promover discusiones sobre la actualidad y pertinencia de la Teoría Crítica para descifrar el presente y la evolución económica, política o ideológica de la sociedad.

Los editores de la revista desean subrayar la conexión existente entre teoría de la sociedad, teoría de la cultura y teoría de la subjetividad, una constelación que ha caracterizado desde sus orígenes a la Teoría Crítica y que sigue teniendo vigencia en el presente. Sólo desde dicha constelación y en forma de una autorreflexión específica puede seguir reclamando actualidad la filosofía.

Staff

Constelaciones está editada por un consejo de cuatro editores auxiliados por un consejo de redacción de cuya composición se da cuenta en el apartado *Redacción*.

Los trabajos originales para la publicación en la revista deben enviarse al consejo de editores de la revista (redaccion@constelaciones-rtc.net). Para todas las otras cuestiones relacionadas con la revista pueden contactar con la administración: (administracion@constelaciones-rtc.net).

Sobre la Sociedad de Estudios de Teoría Crítica

La *Sociedad de Estudios de Teoría Crítica* (SETC) es una sociedad de investigadores que se constituyó en el año 2008 con el objetivo de promover y apoyar los trabajos teóricos que se realizan en el ámbito de la Teoría Crítica. Los objetivos, medios y actividades realizadas pueden consultarse en su página web y es la entidad editora de *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*.

Presidente: Dr. José Antonio Zamora (CCHS-CSIC, España)

Patrocinadores

Los volúmenes 1 y 2 de CRTC han contado con el apoyo del Máster de Estudios Avanzados en Filosofía de la USAL-UVA

Política editorial

Temática y alcance

CONSTELACIONES Revista de Teoría Crítica es una revista de investigación y divulgación que pretende ser un lugar de reunión y difusión de los trabajos teóricos, en cualquier campo en el que se desarrolle, de las personas interesadas en el análisis y comprensión de los fenómenos sociales y culturales actuales inspiradas por la teoría que se ha venido en llamar Teoría Crítica.

De acuerdo con las ideas nucleares de la Teoría Crítica, expuestas en el pasado por pensadores como Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Walter Benjamin y otros, el objetivo de la revista es servir de plataforma al pensamiento crítico en cualquiera de sus facetas, no seguir ni crear un cuerpo doctrinal cualquiera que sea.

Política de secciones

La revista está organizada formalmente en secciones, para cada una de las cuales se definen las siguientes políticas:

	Envíos abiertos	Indexado	Revisión por pares
<i>NOTA EDITORIAL</i>	X	X	X
<i>ARTÍCULOS</i>	SI	SI	SI
<i>NOTAS</i>	SI	SI	SI
<i>ENTREVISTA</i>	X		X
<i>FORO</i>	X		X
<i>RESEÑAS</i>	SI		

Proceso de revisión por pares

Los textos recibidos en la redacción para su publicación en *CONSTELACIONES Revista de Teoría Crítica* son sometidos a una revisión formal y a una revisión por pares.

La primera velará por la pertinencia del trabajo presentado en relación a la temática y alcance de la revista, además del cumplimiento de los criterios formales de las normas generales para presentación de originales que se recogen en el apartado INFORMACIÓN PARA AUTORES.

La segunda velará por la calidad científica de los trabajos presentados, de acuerdo con los estándares de la comunidad científica (revisión por pares, sin identificar la autoría).

Los autores recibirán información de cada una de las decisiones tomadas mediante el correo electrónico que hayan consignado en la presentación de su trabajo.

Frecuencia de publicación

CONSTELACIONES Revista de Teoría Crítica publica un volumen al año que aparece en el mes de diciembre del año en curso.

Política de acceso abierto

Esta revista provee acceso libre inmediato a todo su contenido bajo el principio de que hacer disponible gratuitamente la investigación al público apoya a un mayor intercambio de conocimiento global. De acuerdo con ello la revista se publica sin restricciones de acceso, permitiendo su uso y reproducción siempre que se reconozca la autoría del material, no se haga un uso comercial del mismo, se difunda bajo los mismos permisos y demás estipulaciones de la licencia *Creative Commons* que puede leerse en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>



Equipo editorial

Director

Mateu CABOT, *Universitat de les Illes Balears*, España

Editores

Jordi MAISO, *Freie Universität Berlin*, Alemania

Antonio NOTARIO, *Universidad de Salamanca*, España

José Antonio ZAMORA, *Instituto de Filosofía (CSIC)*, España

Consejo de Redacción

Sonia ARRIBAS, *ICREA-Universitat Pompeu Fabra*, España

Mateu CABOT, *Universitat de les Illes Balears*, España

Rodrigo DUARTE, *Universidade Federal de Minas Gerais*, Brasil

Ricardo FORSTER, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

John HOLLOWAY, *Universidad Autónoma de Puebla*, México, México

Jordi MAISO, *Freie Universität Berlin*, Alemania

Blanca MUÑOZ, *Universidad Carlos III*, España

Antonio NOTARIO, *Universidad de Salamanca*, España

Mauricio PILATOWSKY, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Bruno PUCCI, *Universidade Metodista de Piracicaba*, Brasil

José Manuel ROMERO, *Universidad de Alcalá*, España

Juan José SÁNCHEZ, *UNED*, España

Mário VIEIRA DE CARVALHO, *Universidade Nova de Lisboa*, Portugal

José Antonio ZAMORA, *Instituto de Filosofía (CSIC)*, España

Consejo Asesor

Detlev CLAUSSEN, Alemania; Wolfgang Leo MAAR, Brasil; Reyes MATE, España; Rolf TIEDEMANN, Alemania; Sara ZURLETTI, Italia

Corrección lingüística (castellano): Helena TUR, España. **Colaboradores:** Claudia SUPELANO-GROSS; María AYLLÓN

Información para autoras/es

Constelaciones. Revista de Teoría Crítica acepta contribuciones para su publicación en el ámbito definido en el apartado **temática y ámbito** de la sección POLÍTICA EDITORIAL. Deberán ser trabajos originales, no habiéndose de haber sido ya publicado en cualquier soporte, pudiendo estar escritos en castellano, catalán o gallego-portugués-brasileiro. Los autores deben aceptar las condiciones descritas en la licencia CreativeCommons 3.0 que se referencian en la correspondiente [sección](#),

Procedimiento

Los trabajos originales se remitirán por correo electrónico a la redacción (mailto:redaccion@constelaciones-rtc.net?Subject=Submission) de la revista. Como adjuntos al mensaje se remitirán dos archivos:

[1] Nombrado con el nombre del autor seguido del número 1, en mayúscula y sin ningún carácter especial. Ejemplo: GARCIA_LOPEZ1.doc, TOMAS_MUSSE1.odt, etc. Contendrá el texto del trabajo, debidamente procesado informáticamente.

[2] Nombrado con el mismo nombre del 1 pero con el nº 2. Contendrá:

(a) Un resumen del texto de unas 8 líneas, tanto en el idioma original del trabajo como en inglés.

(b) Las palabras clave que permitan su indexación, igualmente en el idioma del texto y en inglés.

(c) Los datos curriculares del autor o autores, en unas 4 líneas, junto a la adscripción institucional, con mención de la ciudad y el país.

(d) Correo electrónico para correspondencia con la redacción y que, si el trabajo es finalmente publicado, aparecerá junto al nombre del autor.

(e) Página web personal (opcional).

Extensión

La extensión no excederá de 20 páginas DIN-A4 para artículos o notas, mientras que las reseñas no sobrepasaran las 5 páginas.

Normas orto-tipográficas

Se utilizará en el texto un cuerpo de letra de 12pt. Las notas se referenciarán a pie de página e inmediatamente después del elemento referenciado.

Referencias bibliográficas

Se seguirá obligatoriamente el estándar fijado por la norma [ISO 690: 1997](#) (incorporada como UNE 50-104-94) y recogida en la mayoría de servicios de biblioteca y documentación universitarios. [Ejemplos: [Universitat de València](#), [Universidad Carlos III de Madrid](#), [Universitat de Barcelona](#)].