

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, reducirlas 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 Berlin.

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.