

ENTRE PROMESAS.
Resonancias del concepto
de industria cultural

BETWEEN PROMISES. Resonances
of the Concept of Culture
Industry

ENTRE PROMESSAS. Ressonâncias
do conceito de indústria cultural

Esteban Alejandro Juárez^{1, 2, 3}

RESUMEN

Sin ninguna intención de caer en la sospechosa tarea de discriminar lo vivo y lo muerto del concepto de "industria cultural", tal como lo formularon Adorno y Horkheimer, para la teoría de la comunicación actual, el artículo que presentamos desea volver a indagar su resonancia crítica y su contenido dialéctico. Para ello apelaremos a una noción adorniana clave que funciona como contrapunto dialéctico de la industria cultural y sus promesas de satisfacción sensible: la idea de promesa de felicidad contenida en el arte.

PALABRAS CLAVE: Th. W. Adorno; M. Horkheimer; Industria cultural; teoría crítica; arte autónomo.

¹ Doutor em Filosofia (Universidade Nacional de Córdoba). Professor da Escola de Ciências da Informação, da Faculdade de Direito y Ciências Sociais na Universidade Nacional de Córdoba (Argentina). E-mail: ejuares@eci.unc.edu.ar.

² Versión modificada y ampliada de una ponencia presentada en agosto del 2015 en el VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC: "Políticas, actores y prácticas de la Comunicación: Encrucijadas de la investigación en América Latina", celebrado en Córdoba (Argentina).

³ Endereço de contato do autor (por correio): Universidade Nacional de Córdoba. Escola de Ciências da Informação. Faculdade de Direito y Ciências Sociais. Av. Haya de la Torre s/n, Córdoba, Argentina.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

ABSTRACT

Without any intention of falling into the suspicious task of discriminating the living and the dead in the concept of "cultural industry", as if that were the task of a contemporary communication theory, this paper aims at re-investigate its critical resonance and dialectical content. Therefore, we shall appeal to a key notion in Adorno that functions as the dialectical counterpoint of cultural industry and its promises of sensible satisfaction: the promise of happiness contained in art.

KEYWORDS: Theodor W. Adorno; M. Horkheimer; Culture Industry; Critical Theory; Autonomous Art.

RESUMO

Sem qualquer intenção de cair na tarefa suspeita de discriminar os vivos e os mortos do conceito de "indústria cultural", tal como foi formulada Adorno e Horkheimer, para a teoria da comunicação moderna, o artigo apresentado quer reinvestigar sua ressonância, críticas e conteúdo dialético. Para fazer isso, vamos apelar para uma noção adorniana chave que funciona como contraponto dialético da indústria cultural e suas promessas de satisfação sensata: a ideia de promessa de felicidade contida na arte.

PALAVRAS-CHAVE: Th. W. Adorno; M. Horkheimer; Indústria cultural; teoria crítica; arte autônoma.

Recebido em: 02.06.2016. Aceito em: 19.09.2016. Publicado em: 30.10.2016.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

La fuerza del miedo y la de la felicidad son lo mismo, un ilimitado y creciente estar abierto a la experiencia hasta el abandono de sí mismo, a una experiencia en la que el caído se recobra. ¿Qué sería una felicidad que no se midiera por la inmensurable tristeza de lo dado? (ADORNO, 2003b: p. 228)

Introducción

En los estudios sobre comunicación social la expresión “industria cultural” [*Kulturindustrie*] se ha vuelto un lugar común. Sin embargo, su significado originario se ha tornado extraño. Curiosamente aquella combinación inaudita de términos antagónicos forjada para denunciar la falsa inocencia de la estandarización cultural se ha convertido, ella misma, en una típica muletilla. Hoy parecería imposible reconocer en su mera pronunciación algún signo de la irritante tensión dialéctica que constituía su riqueza y su provocativa originalidad cuando la acuñaron en los años cuarenta Theodor W. Adorno y Max Horkheimer. Gran parte de los discursos sobre los medios ha contribuido a que se produzca en el campo de la comunicación una doble neutralización del movimiento interno que se agita en esta amalgama de términos: al mismo tiempo que sirve para referir al funcionamiento del conjunto de productos mediáticos o para describir un modo, más o menos inocuo, de fabricación de artículos culturales junto a otros términos familiares (industria del entretenimiento, industria del turismo, industria del juego, industria de las comunicaciones, etc.), al análisis de su contenido ideológico se lo considera, según profesa la muletilla, una herencia agotada de la primera

generación de la “Escuela de Frankfurt”, ya sea por su criticismo melancólico o por su apocalíptico elitismo cultural.

Así, la inusitada operación crítica de Adorno y Horkheimer de comprimir dos conceptos extremos se desvanece y, al hacerlo, el mismo concepto pasa a formar parte de aquella modernidad moderada, de ese *juste milieu* despotenciado, que Adorno condenaba tanto en el arte serio como en el vulgar. Poco queda del torbellino de fuerzas semánticas que litigan en el ensamblaje insaturable de la voz alemana. Pues, en un pasado no tan lejano, en esa fórmula resonaron al unísono las vibraciones disonantes sedimentadas en la historia conceptual de los términos industria y cultura. Si al primero se lo asociaba al interés egoísta del capitalista, al rendimiento económico, a la estrategia calculadora o al trato instrumental de la naturaleza; al segundo se lo invocaba, en oposición, como un campo acobijado por el desinterés, la autenticidad, la creación y la formación individual autónoma (Cf. VOIROL, 2011/2). Mientras que uno llevaba el estigma de un tiempo vacío y ajeno, el del agobio y el tedio del trabajo mecanizado, el otro recordaba la exigencia moderna de realización generalizada de libertad y felicidad, el tiempo pleno en el que uno disponía de uno mismo. Pero la industria también llevó consigo el signo invertido: la posibilidad de una vida en común liberada de la miseria material y de la fatiga del trabajo corporal, la capacidad de producir lo que no existe todavía; del mismo modo, también la noción cultura fue revestida de su anverso: un lugar de compensación espuria del incumplimiento material de los ideales modernos. Todos estos opuestos se tensaron hasta el máximo de lo indiscernible, para escándalo de los pocos oídos cultivados de la época que pudieron escucharla, en la arquitectura interna de la expresión *Kulturindustrie*. Pero hoy, ¿quién quedaría escandalizado al escuchar esa conjunción de palabras, ese oxímoron que pergeñaron en el exilio Adorno

y Horkheimer para explicar y, a partir de allí, desbaratar los nuevos dispositivos de dominación que actuaban hasta en las fibras más íntimas de los sujetos?

En este artículo nos limitaremos, a modo de ejercicio de clarificación, a explorar algunos ecos dialécticos de la noción de industria cultural. Para ello aludiremos a una de las constelaciones más interpelada por los defensores y por los detractores de Adorno y Horkheimer: la dialéctica de la “gran división”, siguiendo la expresión de Andreas Huyssen (2002), entre industria cultural y el arte autónomo radicalizado. Específicamente tomaremos las dos modalidades de “promesa de felicidad” que delinean, como contrapuntos dialécticos, la reflexión adorniana de la industria cultural y las obras de arte. Esto nos conducirá a un punto neurálgico de su pensamiento estético: la divisoria entre un placer auténtico o felicidad auténtica y el placer inauténtico de la mera diversión. En oposición a la interpretación de los críticos de Adorno que ven aquí una reducción del sentimiento a “un torpe y siniestro aliado de la vulgaridad” (MARTÍN-BARBERO, 1998: p. 61), veremos que en los pasajes en que Adorno trata esta divisoria se pone en juego algo más que una queja por la decadencia cultural de las sociedades occidentales. De lo que se trata allí es de enfatizar las implicancias sociales y políticas de la división del placer y de los tiempos y espacios para el placer, en el sentido de que por medio de la rigidez de esta división se obturan múltiples formas de la sensibilidad en la vida social, y se estabilizan ciertos modos de relaciones entre sujetos y objetos, aceptados en su apariencia inmediata por los mismos sujetos aunque vayan en detrimento del potencial de visibilidad de sus capacidades y anhelos individuales y colectivos. El presupuesto de Adorno es que esta contrastación reflexiva que inicia el crítico dialéctico no sólo haría aparecer las mediaciones que de otro modo permanecen veladas en la división establecida de lo sensible, suprimiendo un proceso de autoilustración en los implicados, sino que también ella contribuiría a iluminar y



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

mantener abiertos pequeños pasajes de fuga de una divisoria abstracta -la "gran división"- que bloquea potenciales de nuevas formas de experiencia.

La "gran división"

Es sabido que las operaciones que determinan las relaciones entre el contenido de las producciones culturales y la experiencia del placer ocupan un rol fundamental en la perspectiva adorniana de la dialéctica de la "gran división". A diferencia del "rencor contra el placer dentro del placer" (p. 19),⁴ que caracterizaría, según Adorno (1973), a una etapa inédita de la consciencia cultural de las masas, el arte moderno radical atenazaría una *promesse du bonheur* al prohibir la aparición de momentos desiderativos y su fuerza de seducción dentro de la configuración estética. "Las obras de arte", expresan Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración* (2010), "son ascéticas e impúdicas; la industria cultural es pornográfica y pudibunda" (p. 153). Buena parte de las discusiones que acarrear los reproches a Adorno sobre su antihedonismo estético se basan en distintas formas de percibir e interpretar estos niveles extremos contrapuestos de la "gran división", los cuales evidencian, por lo menos en aquella cita, una inversión de la lógica valorativa de la relación entre producción cultural y experiencia sensible asociada a la moral convencional.

⁴ En los años cincuenta Herbert Marcuse conceptualizaría esta idea como "la euforia dentro de la infelicidad", la cual se vivencia según falsas necesidades y prerrequisitos (igualmente falsos): el placer vivenciado como euforia "puede ser de lo más agradable para el individuo, pero esta felicidad no es un estado que deba ser mantenido y protegido si sirve para impedir el desarrollo de aquellas capacidades (la suya propia y la de los otros) de reconocer la enfermedad del todo y de aprovechar las chances de curarla." (MARCUSE, 1998: p. 25)

Las ascéticas obras musicales de vanguardia, sobre todo las de la segunda escuela vienesa (Schönberg, Berg, Webern), son procaces porque visibilizan un espacio de negación del disfrute sensible del individuo al enfrentar los efectos represivos del principio de la mercantilización y la cosificación que gobiernan la totalidad social. Su operación crítica radica en la absorción de esos efectos no percibidos transformándolos en el interior de sus propias formas y técnicas compositivas. El extremo, el arte autónomo más radical, toca aquí a su opuesto. En su ascetismo, lo cual refiere al trabajo de máxima racionalidad estética, estas obras tienen la capacidad de presentar la figura inversa de un modo del placer -pudibundo- al que exhorta la industria cultural y que es complaciente con las relaciones sociales existentes. Esto es: representan la privación de la felicidad como algo negativo –no como algo compensatorio que contribuye a la resignación ante lo dado- y con esa negación, mediada estéticamente, redimen lo negado en el mundo empírico: un placer impúdico apunta, para Adorno, a la felicidad que se presenta sin apariencia, a lo no estrecho, a lo no reducido ni a goce culinario, ni a disfrute idealizado en la apariencia, ni a la apariencia de inmediatez del divertimento programado; pero, sobre todo, significa aventurarse a un encuentro sensible con aquello aún no imaginado y carente de sentido. Walter Benjamin (1991) nombró a este momento que no puede ser objeto del control de la consciencia conceptualizante o imaginativa como la figura himnica de la felicidad: “lo inaudito, lo que jamás ha estado allí, la cúspide de la dicha” (p. 313).

En definitiva, las obras radicales salvan una modalidad de placer que involucra posibilidades de “una multiplicidad cualitativamente infinita”⁵ de satisfacción, pero que,

⁵ En este punto, Adorno intenta precisar una idea que es esencial en el trabajo en común con su amigo Max Horkheimer: “La dicha” según Horkheimer, “es, cualitativamente, de una multiplicidad infinita, la desdicha es sólo cuantitativa” (HORKHEIMER, 1991: p. 237).

mientras pervivan las condiciones sociales que reproducen la infelicidad de la mayoría, sólo pueden invocarlo algunos artistas en su soledad, rompiendo con las promesas de felicidad, es decir, por medio de la apariencia estética que se resiste a aparecer como bella, por medio de su negación a suprimirse como arte en la realización de su promesa: "Toda su felicidad -dirá Adorno en *Filosofía de la nueva música* (2003a) a propósito de los shocks que producen las innovaciones técnicas de Schönberg- radica en reconocer su infelicidad, toda su belleza, en negarse a la apariencia de lo bello" (p. 126).

A pesar de que esta diferencia recarga el potencial de placer pleno, de conocimiento y de emancipación sobre las obras de arte radicales, Adorno no deja de alertar tanto contra las tentativas de separar absolutamente la esfera del arte vulgar de la esfera de la música avanzada, como contra aquellas que plantean una continuidad entre ambas, inconscientes de la irreversible ruptura histórica que acarrea la industrialización de la producción –Adorno (1980) localizaría un inigualable eslabón de concordia entre estas esferas en la *Flauta mágica* de Mozart (p. 373)-.

Para el filósofo de Frankfurt, ni el arte radical sería una reserva de un tipo de disfrute para entendidos, opuesto al placer sensible que se podría todavía sentir en la cosificación de la vida cotidiana, ni tampoco el arte de masas sería una iniciación sencilla para acceder gradualmente al goce estético de los refinados bienes culturales burgueses. Ambas esferas debían ser relacionadas de un modo dialéctico, es decir, en la mediación de sus oposiciones y contradicciones inmanentes. Por más que parezca que ambas esferas excluyan a su opuesto, la mediación dialéctica implica que a estos conceptos particulares de arte radical y de industria cultural le son inherentes momentos del otro y que, sólo como momentos inherentes de uno, se ponen contra lo otro de sí mismos. Este es el modo en que ambas esferas participan de la antagónica totalidad social y de la posibilidad de una reconciliación exenta de violencia. Pues ellas, en y por

su propia estructura, estarían imbricadas en las condiciones ideológicas pero, al mismo tiempo, también participarían en las fuerzas emancipadoras, aunque, en el planteo adorniano, la gravitación de una y otra esfera fuese siempre dispar. Como le habría escrito a Benjamin, arte autónomo y arte de masas serían también “las mitades desgajadas de la libertad entera” (ADORNO; BENJAMIN, 1998: p. 135).

Entonces, si Adorno intenta pensar de un modo dialéctico ambas esferas, ¿por qué la *promesse du bonheur* queda finalmente contenida sólo en el arte moderno radical?, ¿por qué esa disparidad?, ¿reporta aquí los prejuicios de cierta añoranza por la alta cultura burguesa?, ¿o significa que niega por completo toda vivencia de felicidad por parte de los sujetos, tanto en la vida cotidiana como en el arte, porque bien podría ser presa del engañoso aparato de producción estandarizado y, por lo tanto, cómplice del encubrimiento del sufrimiento real?, o, más exactamente, ¿denuncia la rigidez de las formas de placer asociadas a la experiencia estética si se las reduce a diversión y estímulo para la satisfacción de los deseos y necesidades aparentemente inmediatas de los receptores?, ¿por qué, en definitiva, esa continuidad entre la configuración del goce en el arte de masas y el goce de la recepción actúa de un modo inverso que la discontinuidad del arte radical y el *sensorium* de los públicos empíricos?

Tiempo libre y tiempo de trabajo

Es cierto que en muchos pasajes de su obra Adorno pareciera manifestar un implacable desdén contra cualquier modalidad de hedonismo que surgiera en el estado de cosas dado. Por ejemplo, en *Teoría Estética* (1970) dice que “...toda felicidad por lo existente es sucedánea y falsa” (p. 461). Sin embargo, la interpretación no debería pasar por alto que entre sus escritos, sobre todo aquellos de crítica y cultura, se halla

desperdigada una defensa de una posición dialéctica sobre la felicidad y el placer sensible que conecta con su idea del arte como promesa quebrada de felicidad. Valer decir que esta dialéctica invita por lo menos a repensar la acusación de “antihedonista” - Norbert Schneider (1998), para dar un caso ejemplar, fuerza una construcción genealógica antihedonista en la que Adorno aparece junto a los nombres de Kant y Foucault-. En un artículo sobre Veblen y el consumo conspicuo, publicado en 1941 en la versión norteamericana de la *Zeitschrift*, Adorno (2003d) cuestiona la modalidad de las utopías tecnocráticas por denegar en abstracto justamente el componente del sensorio social del presente que conlleva la felicidad:

No hay felicidad que no prometa realizar el deseo constituido socialmente, pero tampoco que no prometa en esta realización lo otro. La utopía abstracta que se engaña sobre esto sabotea la felicidad y le hace el juego a lo que ella misma niega. En efecto, mientras se propone borrar de la felicidad los estigmas sociales, debe negar toda pretensión concreta de felicidad (p. 87)

El consabido cuestionamiento de la tendencia manipuladora del placer sensible de los modernos mecanismos culturales y, de modo extendido, la crítica a la subordinación de la cultura al fetichismo de las mercancías, deberían leerse en el movimiento conflictivo en que Adorno los inscribe a lo largo de su reflexión paratáctica. Si el intérprete de Adorno no coagula su crítica y no se satisface con la clarificación de “teoremas adornianos”, podría ver en dicha crítica más que una recusación absoluta de todo goce o sentimiento mundano, según sostienen desde distintos frentes algunos de sus críticos (JAUß, 2002; SCHNEIDER, 1998; en el ámbito de las teoría latinoamericana de la comunicación: MARTÍN-BARBERO, 1998). Dicho cuestionamiento podría volverse más fructífero al examinarlo junto a –y en conflicto con- su tenaz e inconcluso esfuerzo por

auscultar el tenue pulso del goce sensible individual, latente en el presente histórico, que ni está totalmente reglamentado, ni se halla enclaustrado en la esfera de la interioridad subjetiva.⁶

El dilema interno ante el que se encuentra una auscultación de este tipo es que el primado del principio de intercambio en la sociedad burguesa ha ido preparando el terreno para eliminar la esfera que esta misma había reservado para la liberación de los impulsos y gratificaciones fuera del trabajo. Esa esfera era la cultura, gracias a la cual había sido posible el despliegue del arte autónomo y, junto con él, la imagen de un mundo en sí diferente al existente. Si bien la cultura se mantuvo de un modo ideológico al contribuir a la reproducción de relaciones sociales sostenidas en la apropiación del trabajo ajeno, albergaba también una promesa de felicidad.

Sin embargo, con el despliegue ecuménico de la industrialización de la producción y el paso al Estado burocrático, esa esfera de libertad sería desplazada, y la cultura y la consciencia se convertirían en un complejo regido por divisiones semejantes a los criterios de comercialización de un aparato económico-administrativo altamente centralizado. De acuerdo con Adorno, para que nada espontáneo o subversivo para el trabajo productivo emergiera del uso del tiempo libre, el capitalismo tardío dictaminaría sutilísimas pero claras líneas de demarcación entre trabajo y tiempo libre. Sin embargo, paradójicamente, esa demarcación coincidiría con una semejanza estructural cada vez mayor entre el agobio del trabajo y el placer de la dispersión. La consecuencia sería que los sujetos podrían ser libres y entregarse al gozo en el descanso del trabajo, pero al

⁶ Dentro del campo de investigaciones en medios, uno de los pocos estudios clásicos que ha reparado en la relevancia del tratamiento adorniano de la felicidad ha sido *Pensar los medios. Comunicación y crítica social* de Armand y Michèle Mattelart (2000). No obstante, su análisis se limita a enfatizar sólo algunos aspectos de la noción felicidad que se presenta en el artículo de Adorno sobre Veblen sin ahondar en la dialéctica de la felicidad que allí se prefigura.

mismo tiempo se verían privados de serlo, ya que se hallarían sometidos a la reglamentación y los ritmos de la producción de entretenimiento. Así, las esferas del trabajo y del tiempo libre habrían quedado mutuamente enajenadas, pues, como afirma Adorno (2003b) en los años cuarenta, de ellas habrían “sido por igual excluidos el placer y espíritu” (p. 148). Lo que es interesante del cuestionamiento que aquí realiza Adorno no es tanto el vaciamiento de la vida sensible de los individuos, sino la percepción aguda de las operaciones que institucionalizan la repartición misma de lo sensible y que controlan y censuran todo placer no compatible con la rigidez preestablecida de la repartición misma. Como dirá en “Tiempo libre”, “todo lo que está mezclado... es sospechoso para el espíritu dominante” (ADORNO, 2003c: p. 576).

La escuela de la alegría de vivir

La recurrente exhortación a la alegría de vivir programada por la industria cultural, rasgo que ésta compartiría, según Adorno (2003b, p. 70), con la terapia psicoanalítica,⁷ en última instancia llevaría a los sujetos a conformarse sólo a las expectativas de un goce cuya gratificación ellos, para autoafirmarse como tales, ya habrían aprendido a reprimir en cuerpo y alma. Por este proceso histórico que atraviesa la socialización, a la industria cultural puede resultarle más fácil, a través de una serie de “operadores”,⁸ sostener permanentemente sus promesas de satisfacción de un placer exultante y, a la vez, reprimir y aplazar su cumplimiento.

⁷ Para una crítica de la relación que establece Adorno entre la exhortación programada a la alegría y la práctica psicoanalítica, véase GOEBEL, 2004.

⁸ Una elucidación más extensa de estos operadores puede encontrarse en DUARTE, 2011.

Adorno no sostiene que, por este motivo, los destinatarios de la industria cultural, que son asediados sin tregua, se conviertan en autómatas, en presas pasivas e inconscientes de la manipulación de la felicidad que ejercen sobre ellos oscuros y tenebrosos consorcios ubicados en la cima del aparato burocrático o de los medios de comunicación masiva. Menos aún habla de las masas como víctimas inconscientes de estrategias subliminares. El punto problemático es, más bien, que los sujetos suelen desear y en cierta medida conocen lo que los operadores de la industria cultural preparan para ellos y, a pesar de esto, ellos, incluidos los más poderosos (SCHWARZBÖCK, 2008: p. 253), vuelven a abandonarse una y otra vez a su seducción sin ofrecer resistencia, u ofreciéndola, pero a medias, de un modo tangencial o cínico. La estructura sociopsicológica de los explotados se hallaría predispuesta a las operaciones de la industria cultural en la medida en que los sujetos necesitan, en algunos momentos, para recomponer su narcisismo, no reparar en la miseria o en el agobio del trabajo. La consciencia del que podría no trabajar se hallaría sugestionada por la ideología culposa de estar exento de ello en medio de la explotación general: "nadie que extraiga provecho del sistema del provecho -expresa Adorno (2003b)- puede existir en su seno sin vergüenza, y ésta deforma hasta el placer no deformado" (p. 200). Así, los que están arriba conciben el descanso plácido como aburrido o superfluo, y se empeñan de un modo neurótico en gastar energías realizando toda suerte de pseudoactividades ya formateadas por la organización del tiempo libre. En cambio, la idea de una felicidad plena, que encuentra su eco en el "entusiasmo" y en el "venturoso esfuerzo" que acompaña a la unión sexual, les parece a todos ellos "anticuada" e "ineconómica" (Ibidem, p. 248).

Esto no significa que la industria cultural desatienda la exigencia de una felicidad plena. Al contrario, si aquella resulta atractiva es porque se apoya *verdaderamente* en

esa exigencia. Tanto en los films sentimentales como en la música sentimental la audiencia toma nota de la “avasalladora posibilidad de felicidad” que le es negada en la división establecida de lo sensible (ADORNO & SIMPSON, 1980: p. 41). Ésta es la ironía de la industria cultural. Ella “planifica la necesidad de felicidad y la explota”, y por eso “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” (ADORNO, 1970: p. 461).

La industria cultural integra la tendencia hacia una socialización total de los sujetos estimulando sus deseos de huir de la vida gris de la fábrica y de la oficina y de ser plenamente felices, al mismo tiempo que educa para la resignación y para soportar el dolor. Más aún, su pedagogía intrínseca conduce al enmudecimiento, a que nadie pueda objetivar su experiencia por medio del lenguaje sin que los agobie el sentimiento de estar aguando la fiesta a la que invita la industria de la cultura. Su eficacia pedagógica radica en que refuerza la psiquis de unos sujetos que ya se han acostumbrado a naturalizar las desdichas de lo real, y que ya se han conformado a querer y tomar todo aquello que sistemáticamente se les ha preparado según una clasificación de sus preferencias. Y esto se les vuelve a ofrecer una y otra vez. En este sentido puede decirse que los sujetos se vuelven “utilizables” y que ellos mismos suelen ser los que consienten que así sea.

La ley tantálica

Para disponer de los seres humanos, la industria cultural los reagrupa en clasificaciones cuantificables. Lo mismo sucede con las cosas que produce. Así, nivela y rebaja tanto a unos como a otros. No porque no establezca diferenciaciones, sino

porque las establece de tal modo que nadie ni nada pueda quedar fuera de su previsión. Todos los sujetos se convierten en consumidores y todas las cosas en artículos de consumo. Nadie queda fuera de la administración cultural y por eso tanto ricos como pobres, burgueses como proletarios, pueden sentirse satisfechos de no ser excluido, de ser parte. Incluso las transgresiones son incorporadas gradualmente como "rarezas" o "novedades" dentro del sistema cultural, contribuyendo con ello, no sólo a reproducir, sino también a reforzar su dominación. Cualquier diferencia o desviación es determinada en función del rol de los sujetos como consumidores de objetos disponibles en el mercado, y las diferencias de los objetos son establecidas en función de las necesidades de clasificar y atraer consumidores. Ninguna cualidad de los sujetos o de los objetos es evaluada por normas inherentes a ellos mismos. Todos son, en última instancia, objetos clasificables según parámetros de la división de lo sensible que les son externos. Por lo tanto, ningún placer obtenido es realmente producido por la proximidad con lo específico de los individuos o de las cosas:

La industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete. La letra sobre el placer, emitida por la acción y la escenificación, es prorrogada de modo indefinido: la promesa en la que consiste, en último término, el espectáculo deja entender maliciosamente que no se llega a la cosa misma, que el huésped debe satisfacerse con la lectura del menú. (HORKHEIMER & ADORNO, 2010: p. 148)

Las promesas de felicidad que pone en escena la industria cultural no sólo son espurias porque ésta no cumple su palabra, sino porque se dirigen a un sucedáneo de la felicidad que se halla históricamente truncado por la violencia internalizada de la represión histórica. Es decir, son falsas porque no contribuyen a la liberación del deseo reprimido sino que lo refuerzan. Su función catártica es, en última instancia, compensatoria, no emancipatoria. La industria cultural compensa mediante la



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

exhortación al relajamiento de la tensión vivida en el tiempo de labor, las condiciones de explotación cotidiana de las fuerzas de trabajo. Las pleonásticas promesas de la publicidad sólo democratizan la excitación de un deseo erótico que simultáneamente se presenta bajo la amenaza constante de castración. Adorno y Horkheimer interpretan el significado latente de la repetición compulsiva de la promesa de la industria cultural en términos de un ciclo sin puntos de fuga entre incitación y coacción de un erotismo dañado por la praxis social. Aquí radica una diferencia esencial con la promesa de felicidad de la obra de arte, que hace aparecer la privación de la felicidad como algo negativo, mientras que la cultura industrializada cohibe precisamente aquello que promete hasta el hartazgo; su principio es, en esencia, tantálico:

Al exponer siempre de nuevo el objeto de deseo, el seno en el jersey y el torso desnudo del héroe deportivo, no hace más que excitar el placer preliminar no sublimado que, por el hábito de la privación, ha quedado hace tiempo deformado y reducido a placer masoquista. No hay ninguna situación erótica en la que no vaya unida, a la alusión y la excitación, la advertencia precisa de que no se debe jamás y en ningún caso llegar a ese punto. (Ibíd.)

A través de este recorrido se puede entrever que Adorno ni critica en bloque el placer sensible, ni tampoco el entretenimiento en sí mismo. De hecho, Adorno tiene estima por aquellas artes corporales o de las acrobacias circenses porque han permitido disfrutar del sinsentido y de las asociaciones libres (p. 151). También en "Tiempo libre" reivindica el placer "del tontear" [das Blödeln] como liberación de los mecanismos de administración interiorizados por los sujetos (ADORNO, 2003c: p. 650). Si se atiende al contexto más amplio de la sección en que Adorno y Horkheimer afirman que "divertirse significa estar de acuerdo" (p. 153), se evidenciaría que lo que quieren significar es que la fruición del entretenimiento que ofrece la industria cultural, y que lo sujetos aceptan

convencidos, no sería verdadero placer de entretenerse, sino uno que imita los ritmos del trabajo alienado y que prolonga los procesos de represión del instinto de la moral convencional. Es decir, lo que cuestiona Adorno es la rigidez de una división abstracta del placer y la consecuente falta de consciencia de los presupuestos que provocan la división. Los sujetos que consumen con pretendido deleite las mercancías culturales en el tiempo de ocio se vuelven *idiotas*, en el sentido etimológico -no peyorativo- del término: disfrutan en la medida en que se aíslan del todo. Por aislamiento se entiende aquí la falta de interés por comprender reflexivamente el proceso global en el cual los mismos sujetos se hallan involucrados, como también la despreocupación por la posibilidad de que la totalidad social pueda ser de otra manera por medio de una acción contestataria. En tal sentido, el divertirse es una cuestión política.

La industria cultural aplaza la promesa de una felicidad no menguada que movilizaría a sujetos a disolver y transformar el entramado social, al mismo tiempo que exhorta a los sujetos a participar de una dinámica frenética que aparece como la felicidad completa, cuando en realidad ésta se identifica con una figura determinada de la satisfacción: la euforia por el éxito basado en la valoración de rendimientos individuales controlados (véase BEHRENS, 2012). En última instancia, como ha sostenido Fredric Jameson en su escrito sobre Adorno (2010), el placer al que invita la industria cultural es la "ideología de la felicidad", el placer de un sujeto, que se cree dueño de sí mismo, de poder dominarla:

lo que es inauténtico en las ofertas de la industria cultural, entonces, no son los restos de la experiencia en ellas, sino más bien la ideología de la felicidad que encarnan simultáneamente: la noción de que el placer o la felicidad (el 'entretimiento' sería su síntesis espuria) ya existen y que están al alcance del consumidor. (p. 228)



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

Puntos de fuga

La idea de industria cultural de Adorno y Horkheimer ha sido un terreno harto transitado por parte de numerosos estudios en Comunicación, ya sea para apropiárselo como modelo general de una invectiva implacable contra las luces de neón de la cultura industrializada, ya sea para darlo rápidamente por superado por centrarse sólo en la esfera del producto o, cuando atiende a la recepción, por hacerlo sólo en relación con los efectos homogeneizadores de la mercantilización. En el mejor de los casos se retoma la idea de que, con la repetición incesante de sus promesas, la industria cultural obtura las disposiciones al pensamiento de resistencia contra una realidad que frustra aquella experiencia al limar toda diferencia para que cuadre en patrones reconocibles. Pero Adorno no sólo captaría la perversa hospitalidad de Procusto de la industria cultural sino que también abriría -y esto es en lo que aquellos estudios parecen no haber reparado al privilegiar una lectura unilateral del legado adorniano- un espacio para pensar las fisuras que presentan los mecanismos de integración de las masas y las potencialidades cercanas a la "superficie de la consciencia" de las masas para prescindir de un placer controlado (ADORNO, 2003c: p. 655; ADORNO & SIMPSON, 1980a: p. 47).

Una clave para pensar tales fisuras se halla en el carácter dual de la misma reiteración sin descanso. Si bien el eterno retorno de variaciones insustanciales y de promociones de los productos de la industria cultural lleva a reasegurar lo idéntico por detrás de la ilusión de lo múltiple, en la necesidad de una reiteración constante de propagar promesas y de producir deseos y satisfacciones vicarios, es decir, en la necesidad de poner continuamente en funcionamiento su maquinaria, se pondría de manifiesto también que la tendencia hacia la integración total encontraría su límite en la

constitución de la subjetividad.⁹ Según anota Adorno (1981) en el bosquejo previo que redactó y no publicó para el famoso capítulo sobre la industria cultural de *Dialéctica de la Ilustración* y que lleva un sugestivo “continuará” como epígrafe, “(...) el esfuerzo desesperado de esta repetición es el único rastro de esperanza de que la repetición sea en vano, de que los hombres no puedan ser apresados” (p. 331).

Sin embargo, a pesar de haber percibido esta grieta en la cosificación de los sujetos, y con ello entrever lo otro de la infelicidad que provoca la cosificación, Adorno concibió con mayor urgencia la necesidad de desenmascarar la tendencia hacia la integración completa que fomenta la industria cultural, pues había detectado el papel central que ésta desempeñaba, como complemento de las altamente sociedades administradas, en la reproducción y aseguramiento de las diferencias económicas de la estructura social, en el mantenimiento a raya de las masas en sus exigencias de gratificación plena de la felicidad, y en la banalización de la expresión del sufrimiento. Se puede suponer entonces que, en vistas de esta urgencia y ante la desigualdad de poder, Adorno no se concentró en rastrear más hondamente en las huellas de una experiencia verdadera, aún no realizada, que podrían encontrarse en los productos de la industria cultural y en los modos conflictivos de relación que las masas establecen con ellos en la experiencia cotidiana.¹⁰ Sin duda, él ni ignoraba este potencial ni lo consideraba excluido, como una (débil) fuerza de resistencia, de las constelaciones dialécticas de su pensamiento. Desde sus trabajos tempranos alentaba a atender a la

⁹ Estos detalles sin duda no son percibidos por la teoría de la comunicación de Dominique Wolton, que si bien se afilia a la tradición crítica, atribuye a la “Escuela de Frankfurt” una incapacidad para distinguir la noción de alienación de la de dominación. Mientras que la dominación permitiría pensar un margen de maniobra en los sujetos de la comunicación, la alienación, idea central –según él– en los frankfurtianos, eliminaría cualquier resabio de autonomía y autorreflexión crítica (WOLTON, 2007: p. 45).

¹⁰ Para una discusión más amplia sobre este aspecto, en donde se recurre a Benjamin como contrapunto positivo para suplir las falencias del negativismo de Adorno, véase WELLMER, 2005: pp. 256-278. En el ámbito latinoamericano de los estudios en comunicación, véase MARTÍN-BARBERO, 1998: p. 61.

radicalidad que perviviera en toda producción cultural, en los extremos, y esto incluía al *kitsch* como memoria de lazos formales perdidos (ADORNO, 1984: p. 791) Y en su monografía sobre Mahler (1971) escribía de un modo todavía más elocuente: "...la fuerza del nombre tal vez está mejor protegida en el kitsch y en la música vulgar que en la superior, la cual, ya antes de la construcción radical, había sacrificado todo esto al principio de estilización" (p. 185).¹¹

No obstante, él persiguió decididamente esas huellas en las ansias y los deseos que alguna vez fueron investidos en los objetos de lujo y que perdurarían en las obras de arte. No porque estas últimas fuesen el polo opuesto al fetichismo del aparato cultural y lo cuestionen en abstracto, es decir, externamente (pues los objetos culturales, incluida las obras de arte, siempre tuvieron en sí algo de fetiches); sino porque en las obras de arte modernas radicales, gracias a su relativa autonomía y por el modo en que salvan la apariencia estética en el momento de máxima consciencia de su desmoronamiento, la reducción de los objetos culturales a mercancías se asume y se transforma de manera reflexiva, manteniendo lo contradictorio y lo inconcluso de sus promesas. Con esto también el placer obtiene un grado más de mediación, hasta el punto de llegar con las ascéticas e impúdicas obras modernistas radicales a sostener la promesa de felicidad verdadera, sin ya apariencia, sólo rompiendo con ella.

Quizás una relectura del capítulo sobre la Industria Cultural de *Dialéctica de la Ilustración* que no descuidara la delicada urdimbre dialéctica que este concepto construye consigo mismo y con las promesas de la apariencia estética en la ya clásica

¹¹ Aunque todavía no con el énfasis que reviste aquí la evocación del nombre, ya en el "Expose" de 1928 para la revista *Anbruch*, Adorno abogaba por una metodología de investigación que contemplara en el campo musical la singularidad de los modos de aparecer del *kitsch*. Esta investigación debía estar alejada tanto de la arrogancia elitista que creía poder ignorar el material de consumo de las masas, como de un miserabilismo rendido ante la aparente inmediatez del dato de la popularidad de este tipo de producciones (ADORNO, 1985: pp. 601s).



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

teoría crítica de Adorno, rozaría, según nos animamos a sugerir, un umbral más auspicioso, para seguir discutiendo las reflexiones del frankfurtiano sobre el arte de masas, que el recorte al que fue sometido, por distintas razones, en varios estudios en comunicación. Pero esto sólo puede ser sugerido, puesto que si bien la exploración de las resonancias dialécticas en torno a la noción originaria de industria cultural permite, como es esperable, cuestionar algunas infructuosas polarizaciones en las tentativas de su reconstrucción, esto no basta en absoluto para zanjar la cuestión de si la investigación que se coloque en aquel umbral estaría en mejores condiciones de evaluar una crítica de la industria cultural atenta a las especificidades locales de las promesas, las luchas y las ambigüedades que se refractan en su fase postautoritaria.¹²

Referencias

ADORNO, Theodor. Philosophie der neuen Musik. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 12. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2003a.

____ Minima Moralia. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 4. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2003b.

____ Freizeit. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 10.2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2003c.

____ Veblens Angriff auf die Kultur. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 10.1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2003d.

____ Kitsch. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 19, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984.

____ Zum „Anbruch“, En **Ibidem**.

¹² Tomo esta referencia a la industria cultural en su fase posautoritaria de Gerhard Schweppenhäuser (2011, 343s).



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

____ Das Schema der Massenkultur. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 3. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1981.

____ Zur gesellschaftlichen Lage der Musik. En **Zeitschrift für Sozialforschung**. (Jahr 1, 1932). München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1980.

____ (con la asistencia de George Simpson) On Popular Music. En **Zeitschrift für Sozialforschung**. (Jahr 9, versión original en inglés, 1941). München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1980a.

____ Dissonanzen. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 14. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973.

____ Mahler: Eine musikalische Physiognomik. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 13. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1971.

____ **Ästhetische Theorie**. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970.

ADORNO, Theodor; BENJAMIN, Walter. **Correspondencia 1928 – 1940**. Madrid: Trotta, 1998.

BEHRENS, Roger (2012). Emanzipatorische Praxis und kritische Theorie des Glücks. Glück und Unglück in Entenhausen. En **Krisis**, nº 26, 2003. Recuperado el 03/05/2012 de <http://www.krisis.org/2003/emanzipatorische-praxis-und-kritische-theorie-des-gluecks#more-552>

BENJAMIN, Walter. Zum Bildes Proust. En **Gesammelte Schriften**, Tomo 2.1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1991.

DUARTE, Rodrigo. Industria Cultural 2.0. En **Constelaciones. Revista de Teoría Crítica**. nº 3, Dic., 2011, pp. 90-102.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

GOEBEL, Eckart. Das irre Ganze und der Glücksanspruch des Einzelnen. Adorno und die Psychoanalyse. En ETTE, Wolfram.; et. al. (Eds.). **Adorno im Widerstreit. Zur Präsenz seines Denkens**. Freiburg/München: Karl Alber, 2004, pp. 482-495.

HORKHEIMER, Max. Notizien 1949-1969. *Gesammelte Schriften*, 19 Tomos. Frankfurt am M., Fischer, 1991.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente**, Frankfurt a. M.: Fischer, 2010.

HUYSEN, Andreas. Adorno al revés: de Hollywood a Richard Wagner. En **Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo**. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2002, pp. 41-88.

JAMESON, Fredric. **Marxismo tardío. Adorno y la persistencia de la dialéctica**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010.

JAUB, Hans Robert. **Pequeña apología de la experiencia estética**. Barcelona: Paidós, 2002.

MARCUSE, Herbert. **Der eindimensionale Mann. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft**. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía**. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1998.

MATTELART, Armand & MATTELART, Michèle. **Pensar los medios. Comunicación y crítica social**. Santiago de Chile: Lom Ediciones, 2000.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 2, Especial 2, outubro. 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p61>

SCHNEIDER, Norbert. Promesse de bonheur. Historisch-kritische Nachfragen zu einer Denkfigur in der ästhetischen Theorie Adornos. En KOLLERITSCH, Otto. (Ed.). **Das gebrochene Glücksversprechen. Zur Dialektik des Harmonischen in der Musik.** Wien/Graz: Universal-Edition, 1998, pp. 129-141.

SCHWARZBÖCK, Silvia. **Adorno y lo político.** Buenos Aires: Prometeo Libros, 2008.

SCHWEPPENHÄUSER, Gerhard. Industria cultural, cultura popular y la economización de la formación. En **Constelaciones. Revista de Teoría Crítica**, N° 3, Dic., 2011, pp. 341-348.

VOIROL, Olivier. Retour sur l'industrie culturelle. En **Réseaux**, n° 166, 2011/2, p. 125-157.

WELLMER, Albrecht. Über Negativität und Autonomie der Kunst. Die Aktualität von Adornos Ästhetik und blinde Flecken seiner Musikphilosophie. En HONNETH, Axel (Ed.), **Dialektik der Freiheit.** Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2005, pp. 237-278.

WOLTON, Dominique. **Pensar la comunicación.** Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007.