



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



ANTOLOGÍA DE TEXTOS PARA LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

ESTUDIOS CRÍTICOS DE LA COMUNICACIÓN

(ÁREA DOCENTE DISCIPLINARIAS DE LA COMUNICACIÓN, NÚCLEO SUSTANTIVO)

ELABORARON:

ANAID PÉREZ MONTEAGUDO
JUAN CARLOS AYALA PERDOMO

Septiembre de 2018

Índice



Estudios Críticos
de la Comunicación

	Página
Mapa Curricular	3
Introducción	4
Presentación	5
Aprendizajes para el alumno	8
Secuencia Didáctica	9
UNIDAD I. Teoría Crítica: de la Escuela de Frankfurt a los apocalípticos	10
LECTURA 1	12
LECTURA 2	33
LECTURA 3	55
UNIDAD II. Enfoques críticos aplicados en la Comunicación	72
LECTURA 4	75
LECTURA 5	89
LECTURA 6	111
LECTURA 7	121
UNIDAD III. Orígenes y desarrollo del Estructuralismo en Comunicación	129
LECTURA 8	133
LECTURA 9	149
UNIDAD IV. Fundamentos de Semiología y Semiótica	160
LECTURA 10	164
LECTURA 11	176
Resumen general / Conceptos clave	207
BIBLIOGRAFÍA	210
ANEXO	212



Mapa Curricular

ÁREA	NÚCLEOS SUSTANTIVOS (NS) E INTEGRAL (NI)							
	UA	Cred.	UA	Cred.	UA	Cred.	UA	Cred.
Investigación (NS)	Técnicas de Investigación Cuantitativa: Diseño	8	Técnicas de Investigación Cualitativa: Diseño	8	Técnicas de Investigación Cuantitativa: Marcos de Aplicación	8	Taller de Investigación I (Oblig.)	6
	Métodos de la Investigación Social	8	Corrientes Metodológicas Contemporáneas	8	Técnicas de Investigación Cualitativa: Marcos de Aplicación	8	Taller de Investigación III (Oblig.)	6
Disciplinarias de Comunicación (NS)	Estudios Funcionalistas de la Comunicación	12	Estudios Críticos de la Comunicación	12	Estudios de Mediación en Comunicación	12	Generos Periodísticos Informativos	8
	Expresión Verbal y no Verbal	6	Creatividad y Producción de Audio	6	Creatividad y Producción Audiovisual	6	Fotografía	6
	Apreciación Estética	8	Derecho de la Información	12	Estudios Socioculturales de la Comunicación	12	Estudios Socioculturales de la Comunicación en Latinoamérica	12
	Historia de la Comunicación en México	12	Teoría de Sistemas	12	Comunicación y Desarrollo Sustentable	12	Comunicación Organizacional	8
	Creación Literaria	8	Diseño Gráfico	6				

Introducción

La disciplina de la Comunicación, en el ámbito de las Ciencias Sociales, se ha configurado desde una diversidad de paradigmas que enriquecieron sus posibilidades teóricas y metodológicas desde un punto de vista transdisciplinario. A su vez, las diferentes teorías de la Comunicación han sido marcadas por los contextos históricos, sociales, económicos, políticos y culturales en los que han surgido y desarrollado los programas de investigación que actualmente iluminan y sugieren la agenda académica de este campo científico.

En cuanto al paradigma crítico, su influencia resuena en el análisis y posible intervención del profesional de la Comunicación en las estructuras o sistemas sociales cuyos agentes no se rijan hacia el bien común, la justicia, la solidaridad o la equidad. En donde el ejercicio de la Comunicación suponga la transmisión de mensajes hegemónicos, cuyo poder de persuasión configure un estado social desde una ideología dominante.

Con el apoyo de esta Antología y bajo la conducción del docente se discutirá el estatuto epistemológico de la Comunicación y explorarán (aprovechando lo más posible su experiencia y recogiendo de ella temas de interés) las numerosas posibilidades temáticas que la investigación académica ha desarrollado desde sus orígenes, potenciada por el diálogo con disciplinas científicas que se adscriben a la Ciencia Social, como la Sociología, las Ciencias Políticas y la Antropología, las Humanidades como la Filosofía y los Estudios Literarios, e incluso más allá, al constatarse las aportaciones de Ciencias de la Naturaleza como la Biología, y Exactas, como las Matemáticas y las Ingenierías.

Presentación

La Unidad de Aprendizaje *Estudios Críticos en Comunicación* revisa la gestación en Europa, durante la década de 1940, de una escuela de pensamiento preocupada en torno a las causas y consecuencias de las guerras mundiales, sus efectos sobre la condición humana, y las eventuales implicaciones políticas, económicas, sociales, culturales e ideológicas que habrían de tener las sociedades occidentales con el reacomodo de las relaciones internacionales, los nuevos desequilibrios sociales, la expansión industrial y la bipolarización del mundo en capitalismo y socialismo.

Este conjunto de pensadores, conocido como la Escuela de Frankfurt, desarrolló los principales postulados de la llamada *Teoría Crítica* desde una inspiración marxista que también abrevaba de múltiples disciplinas como la Psicología, la Filosofía, la Historia y la Economía, así como de la crítica del arte.

También en Europa, pero desde la década de 1960, emerge una corriente crítica, el *estructuralismo* que, basándose en los desarrollos de la lingüística y la primera semiología de los precursores Ferdinand de Saussure y Charles S. Peirce, rastrearía en el contenido sígnico de los productos culturales los mecanismos clave de la persuasión masiva, los entresijos de los procesos de significación y la conformación de los sistemas de signos desde los cuales se atribuye sentido a los textos desde los que se articula la comunicación en las sociedades del siglo XX.

Entre estas derivaciones se cuentan enfoques teóricos con un marcado énfasis por el estudio de la sociedad de masas y sus manifestaciones, típicamente negativas, que polemizaron con la corriente contemporánea del funcionalismo norteamericano, que veía en la comunicación y la cultura masivas un instrumento legítimo de control y equilibrio social.

En esta **ANTOLOGÍA** se presentan textos característicos de ambas corrientes de pensamiento organizados como se indica a continuación:

1. La selección de textos para la Unidad de Competencia I revisan las circunstancias históricas en las que se originó el paradigma crítico de la Comunicación. Si bien no se pueden referir a los clásicos de la Escuela de Frankfurt o a los intelectuales y académicos marxistas de los años 1930 a 1980 como autores de teorías específicamente comunicológicas, sus aportaciones son claves para la comprensión de fenómenos comunicativos, sobre todo en la dimensión macrosocial como el desarrollo y consecuencias de las industrias culturales en las sociedades contemporáneas, la emergencia de la cultura y la comunicación masiva y en general las transformaciones de los aspectos racionales y sensoriales de la humanidad a partir de los acontecimientos que marcaron a las sociedades industriales del siglo XX.
2. Las lecturas sugeridas para la Unidad de Competencia II se muestran planteamientos teóricos y metodológicos, discusiones conceptuales y reflexiones académicas derivadas del seguimiento de los fundamentos heredados del marxismo, la Escuela de Frankfurt y los críticos de la sociedad de masas en general, cuya importancia radica en sus posibilidades explicativas para problemáticas relacionadas con los procesos comunicativos. De tal modo, se exponen elementos generales de la Economía Política Crítica, el Imperialismo Cultural, el análisis ideológico a través de la retórica y los discursos masivos, así como una puesta al día sobre la posición epistemológica de la tradición crítica.
3. La selección integrada para la Unidad de Competencia III ubican la génesis del paradigma estructuralista de la Comunicación, configurado de inicio desde las miradas antropológicas y lingüísticas principalmente, pero que fue derivando hacia la conformación de sus propios modelos analíticos bajo una impronta filosófica y sociológica que expandió los objetos de estudio de la comunicación, al considerar las posibilidades de significación de cada aspecto de la vida social cual ha entenderse como una infinita constelación de símbolos, una semiósfera.

4. Los textos seleccionados Unidad de Competencia IV revisan de manera didáctica y puntual los aspectos principales de los planteamientos teóricos y metodológicos de los fundadores de las corrientes semiológica y semiótica: Ferdinand de Saussure Y Charles S. Peirce respectivamente. Con estas lecturas se pretende abrir la discusión hacia los autores que continuarían las tradiciones del análisis de significación y propondrían modelos teóricos en diálogo con aquellos, de modo que es importante para el docente del curso considerar textos complementarios de autores clásicos en la materia que complementen el aprendizaje básico en torno a la semiología y la semiótica, y que se profundizan en la Unidad de Aprendizaje Semiótica.

La revisión de ambas corrientes, la Teoría Crítica y el Estructuralismo permite dar cuenta de fenómenos que repercuten en América Latina vinculados con la dimensión ideológica de la comunicación, y que por tanto han dejado huella no solo en la formación de un pensamiento tradicionalmente crítico, sino en modos de concebir el mundo y de plantear alternativas hacia sociedades más justas.

Aprendizajes para el alumno

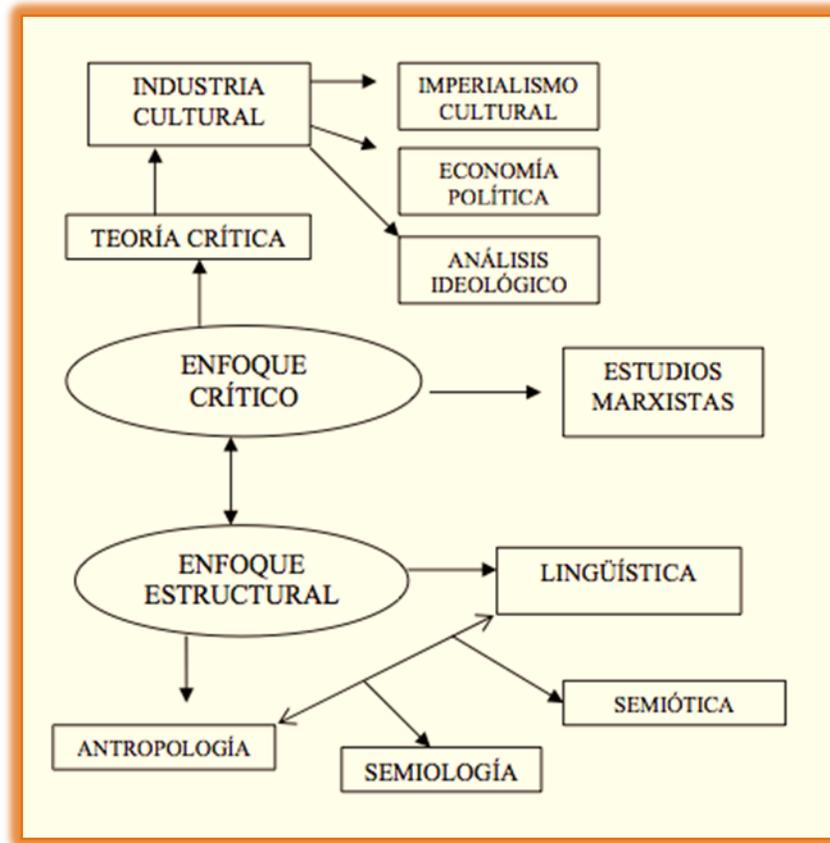
1. Capacidad para comprender y distinguir el ámbito disciplinario profesional de las Ciencias de la Comunicación vinculadas a los procesos de comunicación social, audiovisual y político.
 - a. Conocer, entender y aplicar los fundamentos teóricos de las Ciencias Sociales y las Humanidades con el propósito de contextualizar e identificar el fundamento científico de lo social que se traduce en el estudio y análisis de los fenómenos comunicativos.
 - b. Comprender la comunicación como un proceso que articula la emisión, circulación y recepción de mensajes en contextos específicos.

2. Capacidad para conocer, conceptualizar y aplicar principios, postulados, leyes, métodos y técnicas fundamentales del quehacer científico.
 - a. Entender y manejar los sustentos teóricos-epistemológicos de la investigación social y a su vez ser capaz de elaborar trabajos de investigación con rigor metodológico.

 - b. Conocimiento y comprensión de los postulados teórico-metodológicos, epistemológicos, heurísticos y científicos en general concernientes a las Ciencias de la Comunicación.



Secuencia Didáctica



ESQUEMA 1. *Elaboración propia.*

UNIDAD I. TEORÍA CRÍTICA: DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LOS APOCALÍPTICOS

El alumno identificará los orígenes, postulados y principales aportaciones de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt y otras corrientes marxistas para analizar desde una postura crítica los productos culturales de las sociedades modernas y su implicación con la vida social, cultural, económica, política e ideológica.

CONCEPTOS:

- Escuela de Frankfurt: origen y obra.
- Industria cultural, racionalidad tecnológica, reproductividad técnica, manipulación ideológica.
- Sociedad y cultura de masas.

PRODUCE:

- Comentar en el aula los orígenes de los Estudios Críticos de la Comunicación en Europa, teniendo en cuenta las condiciones políticas, económicas y culturales de la época.
- Elaborar resúmenes o cuadros sinópticos identificando los principales autores, corrientes y obras, destacando las aportaciones conceptuales que hicieron a las teorías de la comunicación y la sociedad.

ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN:

- ¿Cuál fue la importancia de las guerras mundiales, el desarrollo tecnológico y la expansión de las industrias culturales para el surgimiento de la Teoría Crítica y las corrientes apocalípticas de teorías sociales?
- ¿Qué significan los conceptos de industria cultural, cultura de masas y reproducibilidad técnica?
- De acuerdo con los siguientes autores, discute y desarrolla los conceptos que manejan a través del siguiente esquema:



LECTURA

UNIDAD DE COMPETENCIA I: TEORÍA CRÍTICA: DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LOS APOCALÍPTICOS	
BIBLIOGRAFÍA	CAPÍTULO SELECCIONADO
1. MATTELART, Armand y Michelle (1997): <i>Historia de las teorías de la comunicación</i> , España, Paidós.	Capítulo 4: “Industria cultural, ideología y poder”; Capítulo 5: “Economía política” pp. 51-88.

«dí que él no sabía que yo estaba en mi habitación, pero este comportamiento influyó tremendamente en el mío porque yo sabía que él debía de pensar que estaba solo. En consecuencia, tuve que quedarme tumbado, inmóvil, hasta que él salió, porque si me hubiese movido se habría sentido muy apurado. Ahí había por tanto una absoluta falta de intencionalidad, pero, en la medida en que me afectaba a mí, la situación tenía un impacto enorme en mi comportamiento y significaba una molestia.

Wilder: Preguntándolo a la inversa: ¿existe algún comportamiento que no definiría usted como comunicación?

Watzlawick: Si no hay nadie alrededor, se topa usted con la vieja pregunta:

«Cuando un árbol cae en el bosque, ¿hace ruido si no hay nadie allí para oírlo?». Para que la comunicación pueda tener lugar, es necesario que al menos haya otra persona.

Puede haber algo que se asemeje a comunicación en el caso de las «introyecciones», según el término del psicoanálisis. Puedo dialogar mentalmente con una persona que ocupa un lugar significativo en mi vida. Pero no es eso lo que me interesa. No porque no piense que esto exista, sino más bien porque no creo que pueda, razonablemente, usarse o medirse... Hablo como alguien que quiere hacer terapia. Mi interés prioritario no son los aspectos puramente esotéricos de una cosa. Lo que me interesa es su utilidad.

1. MATTELART, Armand y Michelle (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*, España, Paidós.

Capítulo 4: "Industria cultural, ideología y poder";
 Capítulo 5: "Economía política" pp. 51-88.

4. Industria cultural, ideología y poder

La sociología funcionalista consideraba los medios de comunicación, nuevos instrumentos de la democracia moderna, como mecanismos decisivos de la regulación de la sociedad y, en este contexto, no podía sino defender una teoría acorde con la reproducción de los valores del sistema social, del estado de cosas existente. Escuelas de pensamiento crítico van a reflexionar sobre las consecuencias del desarrollo de estos nuevos medios de producción y de transmisión cultural, negándose a creer a pies juntillas la idea de que, con estas innovaciones técnicas, la democracia sale necesariamente ganando. Descritos y aceptados por el análisis funcional como mecanismos de ajuste, los medios de comunicación resultan sospechosos de violencia simbólica y son temidos como medios de poder y de dominación.

Inspirados por un marxismo en ruptura con la ortodoxia, los filósofos de la escuela de Frankfurt, exiliados en los Estados Unidos, se inquietan por el devenir de la cultura desde los años cuarenta. Una veintena de años más tarde el movimiento estructuralista,

nacido en Francia, opone al método empirista el redescubrimiento de la ideología. En Gran Bretaña, en esos mismos años sesenta, el grupo de Birmingham inaugura los *Cultural Studies*.

1. La teoría crítica

Cuestión de método

En la época de la República de Weimar, algunos intelectuales, entre ellos el filósofo Max Horkheimer y el economista Friedrich Pollock, fundan el «Instituto de investigación social», afiliado a la Universidad de Francfort. Es la primera institución alemana de investigación de orientación abiertamente marxista. Los estudios iniciales tienen como objeto la economía capitalista y la historia del movimiento obrero. Cuando en 1930 Horkheimer (1895-1973), a quien se acababa de otorgar una cátedra de Filosofía social en la Universidad, toma la dirección del Instituto, imprime un nuevo rumbo al programa. El Instituto se implica en la crítica de la práctica política de los dos partidos obreros alemanes (comunista y social-demócrata) atacando su óptica «economista». El método marxista de interpretación de la historia se ve modificado por instrumentos tomados de la filosofía de la cultura, de la ética, de la psicología y de la «psicología de las profundidades». El proyecto consiste en unir a Marx y a Freud.

En la misma época y de forma aislada, el psicoanalista austriaco Wilhelm Reich desarrolla sus ensayos sobre la psicología de masas del fascismo, que constituyen el primer enfoque freudo-marxista de los mecanismos de la gestión simbólica en un régimen autoritario [Reich, 1933]. Sus tesis son rechazadas por el movimiento comunista internacional y Reich es expulsado del Partido Comunista alemán.

Con la toma del poder por parte de Hitler, despiden a Max Horkheimer y, con él, a todos los miembros fundadores judíos del Instituto. Financiado desde sus orígenes por hombres de negocios de la comunidad judía, que asegurarán su independencia, el Instituto sobrevive. Sus fondos se transfieren a los Países Bajos. Se crean sucursales en Ginebra, Londres y París, pero el único establecimiento que resultará ser un lugar estable para los investigadores exiliados es la Universidad de Columbia, que les cede uno de sus edificios. Max Horkheimer, Leo Löwenthal y, a partir de 1938, Theodor Adorno (1903-1969) trabajaron allí.

Musicólogo a la par que filósofo, este último responde a la invitación de Paul Lazarsfeld, que le ofrece colaborar en un proyecto de investigación sobre los efectos culturales de los programas musicales de la radio, en el marco de la Princeton Office of Radio Research, una de las primeras instituciones permanentes del análisis de los medios de comunicación. Este primer proyecto de investigación en tierras norteamericanas es financiado por la Fundación Rockefeller. Lazarsfeld, a través de esta colaboración, confía en «desarrollar una convergencia entre la teoría europea y el empirismo norteamericano». Espera que la «investigación crítica» «revitalice» la «investigación administrativa». Esta esperanza se verá frustrada. La colaboración llega a su fin en 1939. La oposición de dos modos de pensar se revela insuperable. Adorno se niega a plegarse al catálogo de preguntas propuestas por el patrocinador, que, según él, encierra el objeto de la investigación en los límites del sistema de radio comercial en vigor en los Estados Unidos y que obstaculiza el «análisis de este sistema», sus consecuencias culturales y sociológicas y sus presupuestos sociales y económicos. En una palabra, un catálogo que deja en la sombra el «qué», el «cómo» y el «por qué». «Cuando se me planteó (contará más tarde) la exigencia de "medir la cultura", vi que la cultura debía ser precisamente aquella condición que excluye una mentalidad capaz de medirla» [Adorno, 1969].

Horkheimer comparte con Adorno ese sentimiento de profunda incompatibilidad, de naturaleza epistemológica: «La necesidad de limitarse a datos seguros y ciertos, la tendencia a desacreditar como "metafísica" toda investigación sobre la esencia de los fenómenos corre el riesgo de obligar a la investigación social empírica a restringirse a lo no esencial en nombre de lo que no puede ser objeto de controversia. A la investigación se le imponen con demasiada frecuencia sus objetos en virtud de los métodos de los que se dispone, cuando lo que habría que hacer es adaptar los métodos al objeto» [Horkheimer, 1972].

La industria cultural

En su estudio sobre los programas musicales en la radio, Adorno criticaba el rango de la música, relegada a la condición de adorno de la vida cotidiana, y denunciaba lo que llamaba «felicidad fraudulenta del arte afirmativo», es decir, un arte integrado en el sistema. Sus análisis del jazz siguen siendo emblemáticos de su po-

sición extrema, en la que algunos rápidamente han descubierto un marcado etnocentrismo europeo. Rechazando todo análisis puramente estético en beneficio de una crítica psicosociológica, Adorno aparta con desprecio todas las pretensiones del jazz de expresar la liberación. Según él su función social primordial consiste en reducir la distancia entre el individuo alienado y la cultura afirmativa, es decir, a semejanza del arte afirmativo, una cultura que favorece no lo que debería, a saber, la resistencia, sino por el contrario la integración en el *statu quo*.

A mediados de los años cuarenta Adorno y Horkheimer crean el concepto de «industria cultural». Analizan la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. Los productos culturales, las películas, los programas radiofónicos, las revistas manifiestan la misma racionalidad técnica, el mismo esquema de organización y planificación por parte del *management* que la fabricación de coches en serie o los proyectos de urbanismo. «Se ha previsto algo para cada uno, de tal modo que nadie pueda escapar.» Cada sector de la producción está uniformizado y todos lo están en relación con los demás. La civilización contemporánea confiere a todo un aspecto semejante. La industria cultural proporciona en todas partes bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas como otras tantas distinciones a las que los estándares de la producción deben responder. A través de un modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural: serialización-estandarización-división del trabajo. Esta situación no es el resultado de una ley de la evolución de la tecnología en cuanto tal, sino de su función en la economía actual. «En nuestros días la racionalidad técnica es la racionalidad de la propia dominación. El terreno en el que la técnica adquiere su poder sobre la sociedad es el terreno de los que la dominan económicamente» [Adorno y Horkheimer, 1947]. La racionalidad técnica es el «carácter coercitivo» de la sociedad alienada.

La industria cultural fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura, su caída en la mercancía. La transformación del acto cultural en un valor destruye su capacidad crítica y disuelve en él las huellas de una experiencia auténtica. La producción industrial sella la degradación de la función filosófico-existencial de la cultura.

Cualquiera que haya sido la clarividencia de Adorno y Horkheimer en el análisis de los fenómenos culturales, parece que sólo percibieron un aspecto (ciertamente fundamental) de la conjunción

entre arte y tecnología, pero que una sobrevaloración del arte como fermento revolucionario les impidió percibir otros aspectos distintos de esta conjunción. Para convencerse, basta con releer el texto de ese otro miembro de la escuela de Francfort, Walter Benjamin (1892-1940), titulado *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique*, escrito en 1933, por tanto unos diez años anterior al de Adorno y Horkheimer. En él indica sobre todo cómo el propio principio de la reproducción (y muestra muy bien que un arte como el cine sólo tiene razón de existir en el estadio de la reproducción y no de la producción única) deja obsoleta una vieja concepción del arte que llama «cultural». Ahora bien, cabe preguntarse en qué medida la cultura de masas no está estigmatizada también en Adorno y Horkheimer porque su proceso de fabricación atenta contra una cierta sacralización del arte. De hecho es difícil no oír en su texto el eco de una vigorosa y docta protesta contra la intrusión de la técnica en el mundo de la cultura. El escollo parece ser en realidad esa reproducibilidad de un dato cultural por medios técnicos de los que habla Benjamin. Sin duda el modo industrial de producción de la cultura la amenaza con la estandarización con fines de rentabilidad económica y de control social. La crítica legítima de la industria cultural no dejó de estar demasiado estrechamente ligada a la nostalgia de una experiencia cultural libre de ataduras de la técnica.

A pesar de los ruegos de Adorno, Walter Benjamin nunca se decidió a dejar Europa. Vivió en París durante la mayor parte de su exilio antes de pasar a España y, cuando se vio acorralado por la policía franquista, se quitó la vida. Sigue siendo un pensador original en la escuela de Francfort. Aunque Adorno y Horkheimer marcaron a numerosas generaciones de intelectuales con sus análisis de la cultura y de la civilización técnica, su influencia se eclipsó a finales de los años setenta. En cambio los escritos de Benjamin conocieron un nuevo período de vivo interés en los años ochenta, en especial la inmensa obra inacabada en la que trabajó durante todo su exilio parisiense, *Le Livre des passages. Paris, capitale du XIX^e siècle*. Una ciudad, un siglo que fascinó a Benjamin porque en ellos aparecen, cargadas de sentido como esas galerías acristaladas que permiten al paseante ocioso pasar de una calle a otra, las formas materiales de la cultura industrial: las estructuras de hierro, las exposiciones universales, los folletines. Como Siegfried Kracauer (1889-1966), cuyo recorrido intelectual cruzó o precedió el suyo, Benjamin destaca la observación de los detalles, de los fragmentos, de los «residuos de la historia», con el fin de reconstituir

una totalidad perdida. En esto ambos están influidos por la fenomenología de Husserl y las premisas metodológicas de Georg Simmel: la atención a las manifestaciones de superficie para acceder a la esencia de una época [Kracauer, 1922].

Después de la guerra, Adorno y Horkheimer regresan a Alemania. En 1950 el Instituto vuelve a abrirse. Dos importantes miembros de esta escuela de Francfort, Leo Löwenthal y Herbert Marcuse, se quedan en los Estados Unidos, donde conocen destinos distintos. El primero cobra fama en los análisis de la cultura de masas con un estudio convertido en un clásico sobre las biografías en las revistas populares (1944). Entre 1949 y 1954 se convierte en el responsable del sector «Evaluación de los programas de radio» del International Broadcasting Service, vinculado con el departamento de Estado y, con este título, se encuentra vinculado con estudios sobre Voice of America en el período de la guerra fría (véase el capítulo 2, 2).

La racionalidad técnica

El filósofo Herbert Marcuse (1898-1979) ha sido sin duda alguna la figura más brillante de la escuela de Francfort en los años sesenta, hasta el punto de que en mayo de 1968 se evocan las «3 M»: Marx, Mao, Marcuse.

El hombre unidimensional, cuya edición original data de 1964, ha influido directamente en la lucha ideológica de la época. Crítico intransigente de la cultura y la civilización burguesas, pero también de las formaciones históricas de la clase obrera, Marcuse, profesor en la Universidad de California, pretende desenmascarar las nuevas formas de la dominación política: bajo la apariencia de racionalidad de un mundo cada vez más conformado por la tecnología y la ciencia, se manifiesta la irracionalidad de un modelo de organización de la sociedad que, en lugar de liberar al individuo, lo sojuzga. La racionalidad técnica, la razón instrumental, han reducido el discurso y el pensamiento a una dimensión única que hace concordar la cosa y su función, la realidad y la apariencia, la esencia y la existencia. Esta «sociedad unidimensional» ha anulado el espacio del pensamiento crítico. Uno de sus capítulos más incisivos trata del «lenguaje unidimensional» y hace amplias referencias al discurso de los medios de comunicación.

Entre *La dialéctica de la razón*, obra de Adorno y Horkheimer, en la que se integra el capítulo sobre la producción industrial de

los bienes culturales, y *El hombre unidimensional* de Marcuse, se manifiesta la profunda coherencia de una escuela de pensamiento que critica un mundo en el que la instrumentalización de las cosas acaba siendo la de los individuos.

Herederero de esta corriente crítica, el filósofo alemán Jürgen Habermas (nacido en 1929) desarrolla su propia teoría de la racionalidad técnica en respuesta a Marcuse, en *La técnica y la ciencia como ideología* (1968). Seis años antes había escrito *El espacio público. Arqueología de la publicidad como dimensión constitutiva de la sociedad burguesa*, que constituye el trasfondo necesario de sus tesis sobre la «racionalización».

En *El espacio público* Habermas prosigue el trabajo que la escuela de Francfort había emprendido a nivel filosófico, y en menor medida sociológico (teoría de la cultura de masas, estudios de la personalidad autoritaria), y construye el marco histórico en que se produce el declive de este espacio público que se había desarrollado en Inglaterra al final del siglo xvii, y en Francia en el siglo siguiente, con la constitución de una «opinión pública». Este espacio público se caracteriza como un espacio de mediación entre el Estado y la sociedad, que permite la discusión pública en un reconocimiento común del poder de la razón y de la riqueza del intercambio de argumentos entre individuos, de las confrontaciones de ideas y de opiniones ilustradas (*Aufklärung*). El principio de publicidad se define como aquello que pone en conocimiento de la opinión pública los elementos de información que atañen al interés general. El desarrollo de las leyes del mercado, su intrusión en la esfera de la producción cultural, sustituyen al razonamiento, a ese principio de publicidad y a esa comunicación pública (*Publizität*) de las formas de comunicación cada vez más inspiradas en un modelo comercial de «fabricación de la opinión». Aquí Habermas ve una «refeudalización de la sociedad». Con ello asume las exposiciones de Adorno y Horkheimer sobre la manipulación de la opinión, la estandarización, la masificación y la individualización del público. El ciudadano tiende a convertirse en un consumidor con un comportamiento emocional y aclamador, y la comunicación pública se disuelve en «actitudes, siempre estereotipadas, de recepción aislada».

Los análisis de Marcuse y de la escuela de Francfort sobre el auge de la razón instrumental quedaban formulados a un nivel filosófico abstracto. La cuestión de la alternativa a esa totalización del mundo vivida por la racionalidad técnica, la de la reconciliación entre la *Aufklärung* y la ciencia, sólo se plantea en Marcuse

con la condición de una revolución completa de la propia ciencia y la propia técnica. Habermas, analizando las formas institucionales que adopta el proceso de racionalización, sitúa sobre este terreno socio-político el problema de la ciencia. Para Marcuse, como para Adorno y Horkheimer, todo el potencial emancipador de la ciencia y de la técnica se dedica a beneficiar la reproducción del sistema de dominación y de sometimiento. Habermas, por su parte, reflexiona sobre la alternativa a la degeneración de lo político, cuyo agente resulta ser el Estado-sujeto que reduce los problemas a su aspecto técnico y les hace depender de una gestión racional. El resultado se encuentra, según él, en la restauración de las formas de comunicación en un espacio público ampliado al conjunto de la sociedad. Desde esta perspectiva, en la época en que escribe *La técnica y la ciencia como ideología*, Habermas se interesa por el movimiento estudiantil californiano, por la significación de sus formas de comunicación para la reconquista de la autonomía de los individuos. En *El espacio público*, por otro lado, se había interesado, ciertamente de forma alusiva, por los movimientos de los consumidores norteamericanos, entonces en pleno desarrollo.

Apocalípticos e integrados

En los años cincuenta y a comienzos de los sesenta, algunos autores norteamericanos han fijado la discusión acerca del tríptico: industria cultural, cultura de masas y sociedad de masas. Entre ellos destacan Dwight Mac Donald, Edward Shils y Daniel Bell. El título de la obra de Umberto Eco *Apocalípticos e integrados* (1964) resume bien las discrepancias entre los partidarios de la cultura de masas y quienes la desprecian, aun cuando el semiólogo italiano simplifique las posiciones. Son apocalípticos aquellos que ven en este nuevo fenómeno una amenaza de crisis para la cultura y la democracia; integrados, los que se regocijan con la democratización del acceso de «millones» de personas a esta cultura del ocio.

Antiguo trotskista, Mac Donald forja los nuevos términos *masscult* y *midcult*,

usando como modelo la contracción de la expresión *Proletcult*, para criticar esa cultura de masas y la vulgaridad intelectual de sus consumidores, viendo como único escape la elevación del gusto literario [Mac Donald, 1944, 1953]. En el extremo opuesto, Edward Shils ve en el advenimiento de esta nueva cultura una garantía de progreso. De esta polémica se infiere una concepción tripartita de la cultura que los distintos autores comparten incluso a pesar de identificar sus términos de forma diferente.

E. Shils, esgrimiendo criterios estéticos, intelectuales y morales, adopta la distinción entre la cultura superior o refinada, la cultura *mediocre* y la cultura *brutal*. La primera se caracteriza por lo serio de sus temas, la importancia de los problemas de que se ocupa, su manera penetrante, coherente y sutil de expresar

la riqueza de los sentimientos. La segunda es menos original, más imitativa. Se nutre de los géneros de la cultura superior y tiene los sujetos propios, como la comedia musical. Por fin, la cultura brutal es aquella cuyo contenido simbólico es más pobre y donde hay muy poca creación original.

A diferencia de Mac Donald, que opina que la alta cultura ya ha sido anegada por los torrentes de las otras dos, Shils observa que entre los tres niveles sobreviene una incesante mezcla y que la cultura brutal no ha socavado los cimientos del mundo de la alta cultura: al contrario, ésta (advierte) tiene cada vez más adeptos y con ella la alta *inteligentzia*, «la capa más vieja de la sociedad occidental, con su bagaje de tradiciones ininterrumpidas, sigue prosperando» [Shils, 1960].

De hecho, este roñido debate entre el apocalíptico Mac Donald y el integrado Shils escondía otro que esta polarización impedía ver. La discusión sobre la cultura de masas está íntimamente ligada a la cuestión de la sociedad de masas, a la que los intelectuales integrados asimilan al final de la sociedad de clases y de los enfrentamientos de clase contra clase. Del debate sobre la naturaleza de la so-

iedad de masas, encarnada por la democracia industrial occidental, su bienestar y su crecimiento, el politólogo Shils evoluciona en los años setenta hacia un debate sobre el final de las ideologías y el crepúsculo de los intelectuales comprometidos [Shils, 1972].

El sociólogo que ha demostrado ser más constante en esta línea de pensamiento sobre el final de las ideologías es Daniel Bell. Es uno de los primeros en atacar contundentemente a los críticos radicales de la época, tales como Mac Donald, cuyas convicciones trotskistas había compartido en su juventud, subrayando la ineludible contradicción que les acecha: estar condenados a encolerizarse con las manifestaciones de la cultura y la sociedad de masas al tiempo que en realidad están obligados, por la propia estructura del sistema en el que viven, a trabajar para esta industria de la cultura. En 1962 Daniel Bell le ajusta las cuentas a la ideología en una obra con un título explícito, *The End of Ideology*. Antes de que acabe la década lanza el concepto de «sociedad posindustrial» para denominar el advenimiento de la nueva sociedad construida con las tecnologías de la inteligencia y la industria de la información, materia prima del futuro.

2. El estructuralismo

Una teoría lingüística

El estructuralismo extiende las hipótesis de una escuela lingüística a otras disciplinas de las ciencias humanas (antropología, historia, literatura, psicoanálisis).

Los tres cursos de lingüística dictados por Ferdinand de Saussure (1857-1913) entre 1906 y 1911 en la Universidad de Ginebra se reconocen como fundadores de los métodos de esta teoría. Para el lingüista suizo la lengua es una «institución social», mientras que la palabra es un acto individual. En cuanto institución social, la

lengua es un sistema organizado de signos que expresan ideas: representa el aspecto codificado del lenguaje. La lingüística tiene por tarea estudiar las reglas de este sistema organizado a través de las cuales éste produce sentido. El lenguaje es segmentable, por tanto analizable; se trata de inferir las oposiciones, las distancias que permiten a una lengua funcionar o significar.

Saussure había soñado con una ciencia general de todos los lenguajes (hablados o no hablados), de todos los signos sociales. «Se puede concebir (escribía en su *Cours de linguistique générale*) una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social... la llamaremos *semiología* (del griego *semeion*, signo). Nos enseñaría en qué consisten los signos, qué leyes los rigen.»

Corresponde a Roland Barthes (1915-1980) retomar este desafío. En un artículo-manifiesto que fija las grandes líneas de este proyecto, titulado «*Éléments de sémiologie*», publicado en la revista *Communications* (1964), da esta definición: «La semiología tiene como objeto todo sistema de signos, cualquiera que sea su sustancia, cualesquiera que sean sus límites: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los complejos de estas sustancias que se encuentran en ritos, protocolos o espectáculos constituyen, si no "lenguajes", sí al menos sistemas de significación». Ordena los elementos fundamentales de este proyecto, válidos para la lingüística y las ciencias que en ellos se inspiran, en torno a cuatro secciones: 1) Lengua y palabra; 2) Significante y significado; 3) Sistema y sintagma; 4) Denotación y connotación.

Para el estudio del discurso de los medios de comunicación; dos de estos binomios se revelan especialmente importantes: significante-significado y denotación-connotación. La lengua es un sistema organizado de signos. Cada signo presenta un doble aspecto: uno perceptible, audible: el significante; el otro, contenido en el anterior, llevado por él: el significado. Entre estos dos elementos pasa la relación de significación. En cuanto a la distinción denotación-connotación, el lingüista de origen lituano, Algirdas-Julien Greimas (1917-1992), la retoma en términos diferentes: «práctica-mítica», y se impone cuando el análisis estructural se esfuerza en aprehender y sistematizar todos los hechos que superan el lenguaje primero o lenguaje de base [Greimas, 1966]. Toda forma de ideología pasa por este segundo lenguaje de la connotación, «descolgado» en relación con aquel primero de la denotación. La puesta de relieve del significado y de la connotación, el interés por el sistema que subyace a las apariencias, indica la distancia que separa el proyecto se-

miológico de descripción de la significación, del análisis funcionalista del «contenido manifiesto».

En su obra *Mythologies* (1957), Barthes destaca la importancia del «desarrollo de la publicidad, la gran prensa, la radio, la ilustración, sin hablar de la supervivencia de una infinidad de ritos comunicativos (ritos del parecer social) [que] hacen más urgente que nunca la constitución de una ciencia semiológica». En la parte teórica de esta obra («*Le mythe aujourd'hui*»), esboza una teoría semiológica de los «mitos contemporáneos», como los que se encuentran en las comunicaciones de masas, y que define como lenguajes connotados; lo que se analiza en estas crónicas (publicadas separadamente en la prensa antes de reunirse en este libro), tituladas «*Le visage de Garbo*», «*Le Guide Bleu*», «*La nouvelle Citroën*», o «*L'icône de l'abbé Pierre*», es el funcionamiento de esta connotación y sus implicaciones ideológicas. Para Barthes se trata de sentar las bases de la semiología. Explica cómo el mito parece apoyarse en el lenguaje corriente, de forma que presenta como «natural», como algo «que cae por su peso», valores secundarios, parasitarios, aquellos que caracterizan lo que le parece «una especie de monstruo»: «la pequeña burguesía».

Una escuela francesa

En 1960 se crea el Centro de estudios de las comunicaciones de masas (CECMAS) en la Escuela práctica de altos estudios. Fundado por iniciativa del sociólogo Georges Friedmann (1902-1978), este centro representa el primer intento serio de constituir en Francia un medio y una problemática de investigación de la comunicación. Su programa es el análisis de las «relaciones entre la sociedad global y las comunicaciones de masas que se le integran funcionalmente». Pretende remediar el retraso de la investigación francesa en un campo ampliamente dominado por el análisis funcional norteamericano, y la carencia de una perspectiva transdisciplinaria.

En torno a Georges Friedmann se reúnen Edgar Morin y Roland Barthes. Cada uno de ellos representa un campo y unas orientaciones de investigaciones propios. Barthes es el único que se sitúa en la dependencia del estructuralismo. Anima un grupo de investigaciones sobre el estatus simbólico de los fenómenos culturales y continúa su proyecto de desarrollar «una verdadera ciencia de la cultura que sea de inspiración semiológica» [CECMAS, 1966]. Los estudios de Friedmann sobre el trabajo y la técnica lo condu-

De la lingüística a la antropología estructural

Claude Lévi-Strauss expone su método en *Anthropologie structurale* (1958 y 1973), después de haberlo probado en 1949 en su tesis, *Structures élémentaires de la parenté*. El análisis del antropólogo, que juega un papel fundamental en la extensión del modelo lingüístico a otros campos, trata sobre los mitos como forma de lenguaje. Múltiples y heterogéneos, pueden sin embargo reducirse a variaciones centradas en estructuras universales. Los mitos concretos, los «mitemas», sólo tienen sentido combinados, a semejanza de los «fonemas» vocálicos o consonánticos, unidades básicas del lenguaje. Estas reglas combinatorias forman un especie de gramática que permite ir más allá de la superficie del lenguaje para descubrir un conjunto de relaciones, una lógica que constituye el «sentido» de este mito. Esta puesta de manifiesto de las relaciones sirve también para tratar los sistemas totémicos o las relaciones de parentesco que se convierten en «redes de comunicación», en códigos que permiten transmitir mensajes.

El antropólogo reconoce la importancia decisiva de su encuentro en 1942 con el lingüista Roman Jakobson (1896-1982), cuyas clases sigue con ocasión de su exilio en Nueva York. Jakobson, de origen ruso, es (junto con sus dos compatriotas, Karcevsky y Troubetzkoy) el primer lingüista que utiliza el término «estructura» en el congreso de filólogos eslavos que tiene lugar en Praga en 1929 (Saussure se había contentado con el término «sistema»). La lengua es un sistema que sólo conoce su propio orden; respetando este principio de imanencia primordial para el análisis estructural, Jakobson descubre y sistematiza las reglas de funcionamiento del lenguaje. El esquema de toda comunicación presenta seis elementos constitutivos y responde a seis funciones: el destinatario determina la función expresiva; el destinatario, la función conativa (que no puede defl-

nirse sino de manera tautológica: función del lenguaje en cuanto éste apunta al destinatario); el mensaje, la función poética (que abarca todas las grandes figuras de retórica); el contexto determina la función referencial; el contacto, la función fática que tiende a verificar si la escucha del destinatario sigue establecida; el código, la función metalingüística que trata del lenguaje tomado como objeto (por ella el emisor o el destinatario verifican si utilizan el mismo léxico, la misma gramática) [Jakobson, 1963].

El modelo de la comunicación formulado por Jakobson se articula sobre la teoría matemática de la información (véase el capítulo 3, 1). Generalizando el valor heurístico de los conceptos de código, codificación, descodificación, redundancia, mensaje e información, Jakobson sugiere a la antropología que aplique esta misma plantilla a los sistemas de parentesco.

A comienzos de los años setenta, siguiendo su proyecto de dotar a la lingüística de un estatus científico, se inspira en los descubrimientos de los especialistas en biología molecular que acaban de encontrar las nuevas leyes de la herencia, a partir del ADN (ácido desoxirribonucleico), y movilizan ellos también la teoría de la información para explicar el patrimonio genético en términos de «programa», de código y de información. El lingüista ruso llega incluso a establecer semejanzas estructurales entre estos dos sistemas de información, entre el código genético y el código lingüístico, entre el mensaje químico que en la estructura de la célula transmite los «órdenes de la vida» y el mensaje lingüístico. Tanto en un caso como en otro existe una estricta linealidad del mensaje en la serie temporal, codificación-descodificación; es posible reducir las relaciones entre elementos, fonemas o base química, a un sistema de oposiciones binarias.

cen a dedicarse a los problemas de la civilización técnica, a sus «fenómenos de masas»: producción y consumo de masa; audiencia de masa; aparición del tiempo del no-trabajo; generalización del ocio. En cuanto a Edgar Morin (nacido en 1921), a través de *Le cinéma ou l'homme imaginaire* (1956), *Les stars* (1957) y *L'esprit du temps* (1962), introduce en las referencias francesas el concepto de industria cultural. Es uno de los primeros en reflexionar sobre la importancia que adquieren los medios de comunicación y en cavilar sobre los valores de esta nueva cultura. Sus investigaciones en el CECMAS se definen como una «sociología del presente» que está interesada en el acontecimiento como revelador sociológico. En torno a este centro gravitan personalidades tan diversas como Julia Kristeva, Christian Metz, Abraham Moles, Violette Morin, André Glucksmann, Pierre Fresnault-Deruelle, Jules Gritti, Eliseo Verón y A. J. Greimas, pero también investigadores vinculados a la industria publicitaria como Jacques Durand y Georges Péninou, que estudiarán cómo la máquina retórica puede ponerse al servicio de la creación. La revista *Communications*, fundada en 1961, constituye su lugar privilegiado de expresión.

En la misma época se crea en Milán un centro comparable, el Instituto A. Gemelli, fundación independiente de la Universidad, como reacción también a la supremacía de la sociología norteamericana de los medios de comunicación. Los italianos se dedicarán de manera más constante que los semiólogos franceses a investigaciones sistemáticas de los fenómenos de la comunicación y de la cultura de masas. Como testimonio tenemos los trabajos de Umberto Eco, Paolo Fabbri, Gianfranco Bettetini y, más recientemente, de Francesco Casetti.

En 1967, en *Le Système de la mode*, Barthes aplica su esquema de análisis semiológico a las revistas de moda, de forma muy rígida (tal como él mismo reconocerá). Su interés por las expresiones de la cultura de masas se revelará menos intenso que su deseo de renovar los métodos de crítica literaria. A su muerte, en 1980, el CECMAS ha cambiado de nombre dos veces: en 1974 se convierte en Centro de estudios transdisciplinarios, sociología, antropología, semiología (CETSAS); en 1979, lo rebautizan como CETSAP, desapareciendo la semiología en beneficio de la política.

Desde comienzos de los años setenta, las investigaciones de Edgar Morin se orientan cada vez más hacia la cibernética, la teoría de los sistemas y las ciencias de la cognición. A lo largo de todos estos años, dos equipos de investigación se inscriben en una línea de continuidad en relación con el proyecto inicial: el grupo dirigi-

do por Georges Friedmann y, en su campo propio del análisis de la teoría del filme, en el que tendrá un esplendor internacional, el de Christian Metz, hasta su muerte en 1993.

Aparatos ideológicos de Estado y reproducción social

Una de las importantes tendencias del estructuralismo es la relectura de los textos fundadores del marxismo. El filósofo Louis Althusser (1918-1990), profesor en la escuela normal de la calle de Ulm y máxima personalidad del estructuralismo, publica en 1965 *Leer El capital* con un grupo de alumnos entre los que destacan Pierre Macherey, Étienne Balibar, Jacques Rancière y Roger Establet. Se pone en marcha una guerra contra la «vulgata marxista», contra todas las visiones insípidas del marxismo, enredadas en las trampas del «humanismo», cuyo eminente representante en esa época era Roger Garaudy. El otro objetivo es el marxismo sartriano. Emprendiendo una crítica teórica de la noción de alienación, Althusser quiere demostrar que esta noción pertenece a una problemática premarxista y que está vinculada con una concepción humanista de la sociedad que hace de la libertad un problema de conciencia y no un problema de relación de clases, un problema de relaciones sociales. Así la burguesía y la filosofía idealista encontrarían de nuevo su mito: el individuo soberano, puro y virgen de cualquier determinación.

Althusser destaca la ruptura epistemológica existente entre los primeros textos de Marx y su obra *El capital*; en esta obra, Althusser y sus discípulos descubren los conceptos fundadores de una verdadera ciencia de las «formaciones sociales» (estructura, superestructura, relaciones de producción, supradeterminación). En esta «totalidad orgánica» en que se basa el sistema capitalista, el individuo no es más sujeto de la historia que dueño de sus alianzas en cuestión de parentesco. Es el lugar de paso, el «soporte» de estructuras; su comportamiento y sus actitudes lo hacen participar en el proceso de reproducción de las relaciones sociales, en una formación social, es decir, en una sociedad históricamente determinada.

Un artículo publicado en la revista *La Pensée*, en 1970, titulado «*Ideologie et appareils idéologiques d'État*», tiene una profunda repercusión en la teoría crítica de la comunicación, en Francia y en el extranjero. En él Althusser opone los instrumentos represivos del Estado (ejército, policía) que ejercen una coerción directa, a los aparatos que cumplen funciones ideológicas y que denomina «apá-

La sociedad del espectáculo

La obra de Guy Debord (1931-1994) *La Société du spectacle*, publicada en 1967, marca la culminación de la crítica a la sociedad de la abundancia. En 1957 el autor había sido uno de los fundadores de la Internacional situacionista, que desarrolla su agitación en Francia, Alemania, Inglaterra e Italia. Sus tesis began a los Estados Unidos y a sus campus en rebelión. En mayo de 1968, momento privilegiado de la crítica del orden de los medios de comunicación llevada a la práctica, Debord es una de las figuras del movimiento contestatario. He aquí cuatro fragmentos (los números 4, 5, 57 y 59) de este libro de culto:

—El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizado por imágenes.

—El espectáculo no puede ser entendido como el abuso de un mundo de la visión, el producto de técnicas de difusión masiva de las imágenes. Es más bien una *Hörsprechauweg* hecha efectiva, materialmente traducida. Es una visión del mundo que se ha objetivado.

—La sociedad portadora del espectáculo no sólo dégrada con su hegemonía económica las regiones subdesarrolladas. Las domina en cuanto sociedad

del espectáculo. Allí donde la base material está aún ausente, la sociedad moderna ya ha invadido espectacularmente la superficie social de cada continente...

—El movimiento de *trivialización* que domina mundialmente la sociedad moderna mediante las deslumbrantes diversiones del espectáculo, la domina también en cada uno de los puntos en que el consumo desarrollado de mercancías ha multiplicado en apariencia las funciones y los objetos que se pueden elegir. La supervivencia de la religión y de la familia (la cual sigue siendo la principal forma de herencia del poder de clase), y por tanto de la represión moral que éstas aseguran, puede combinarse como una misma cosa con la redundante afirmación del disfrute de este mundo, siendo este mundo sólo el producto del pseudodisfrute que guarda en sí mismo la represión. La rebelión puramente espectacular puede unirse también como una misma cosa a la aceptación beata de lo que existe: esto traduce el simple hecho de que la propia insatisfacción se ha convertido en una mercancía desde que la abundancia económica se ha visto capaz de extender su producción hasta el tratamiento de una materia prima de esta naturaleza.

ratos ideológicos de Estado» [AIE]. Estos aparatos significantes (escuela, Iglesia, medios de comunicación, familia, etc.) tienen la función de asegurar, garantizar y perpetuar el monopolio de la violencia simbólica, la que se ejerce en el terreno de la representación, disimulando lo arbitrario de esta violencia bajo la cobertura de una legitimidad supuestamente natural. Y gracias a ellos actúa concretamente la dominación ideológica, es decir, la forma en que una clase con poder (sociedad política) ejerce su influencia sobre las demás clases (sociedad civil).

En la misma época, Pierre Bourdieu reflexiona también acerca

de la violencia oculta, pero sin llegar nunca a limitarse a los principios estructuralistas. Sus análisis de las actitudes y las prácticas culturales se basan en la noción de *habitus*, término que designa ese sistema estable de disposiciones que se perciben y se actúan, que contribuye a reproducir con todas sus desigualdades un orden social establecido [Bourdieu y Passeron, 1970]. La sociedad o la «formación social» se define como un sistema de relaciones de fuerza y de sentido entre grupos y clases. Analizando los usos sociales de la fotografía, demuestra cómo una práctica de ocio que podría parecer independiente de los códigos de representación dominantes y susceptible de liberar la expresividad de cada uno, significa el triunfo del código y la convención [Bourdieu y otros, 1965].

El dispositivo de vigilancia

La obra de Michel Foucault (1926-1984) *Les mots et les choses* se publica en 1966, año crucial del pensamiento estructuralista. En ella Foucault propone una «arqueología» de las ciencias humanas, una historia que no es la de la perfección creciente de los conocimientos, de su progreso hacia la objetividad, sino más bien la de sus condiciones de posibilidad, la de las configuraciones que dieron lugar a su aparición. Deja al desnudo los *epistemas* sucesivos y contrastados que definen los sistemas de pensamiento en la formación de la cultura occidental desde la era clásica hasta nuestra modernidad.

Publicado en 1975, *Surveiller et punir* renueva radicalmente el análisis de los modos de ejercicio del poder. En él Foucault opone dos formas de control social: la «disciplina-bloqueo», hecha con suspensiones, prohibiciones, cercas, jerarquías, tabiques y rupturas de comunicación, y la «disciplina-mecanismo», hecha con técnicas de vigilancia múltiples y entrecruzadas, de procedimientos flexibles de control, funcionales, de dispositivos que ejercen su vigilancia a través de la interiorización realizada por el individuo por medio de su exposición constante al ojo del control. La concepción del poder como feudo de los macrosujetos, el Estado, las clases, la ideología dominante, queda desplazada en beneficio de una concepción relacional del poder. El poder no se conserva ni se transfiere como una cosa. «No se aplica, pura y simplemente, como una obligación o una prohibición, a los que "no lo tienen"; los inviste, pasa por ellos y a través de ellos; se apoya en ellos, al igual que ellos, en su lucha contra él, se apoyan a su vez en el do-

minio que él ejerce sobre ellos.» Es por tanto necesario dejar de describir los efectos del poder en términos negativos (excluir, censurar, reprimir, enmascarar, esconder, etc.): «De hecho, el poder produce algo real; produce dominios de objetos y rituales de verdad».

Althusser hablaba de los aparatos y de un Estado abstracto; Foucault se refiere al «dispositivo» y a la «gubernamentalidad». El término dispositivo remite a la idea de organización y de red. Designa un conjunto heterogéneo que abarca discursos, instituciones, estructuras, decisiones reglamentarias, leyes y medidas administrativas, enunciados científicos y proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas.

Las tesis de Foucault permiten identificar los dispositivos de la comunicación-poder en su propia forma organizativa. El modelo de organización visto como «panóptico», utopía de una sociedad, sirve para caracterizar el modo de control ejercido por el dispositivo televisual: una forma de organizar el espacio, de controlar el tiempo, de vigilar continuamente al individuo y de asegurar la producción positiva de comportamientos. El panóptico, figura arquitectónica de un tipo de poder tomado por Foucault del filósofo utilitarista Jeremy Bentham (1748-1832), es esa máquina de vigilancia en la que desde una torre central se puede controlar con plena visibilidad todo el círculo del edificio dividido en alvéolos y donde los vigilados, alojados en celdas individuales y separadas unas de otras, son vistos sin poder ver. Adaptado a las características de la televisión, que invierte el sentido de la visión al permitir a los vigilados ver sin ser vistos, y que ya no funciona sólo por control disciplinario sino por fascinación y seducción, el panóptico retoma la expresión del filósofo Étienne Allemand en *Pouvoir et télévision* (1980) y se convierte en el «panóptico invertido», para dar cuenta de la televisión como «máquina de organización».

En cuanto a la noción de «gubernamentalidad», ésta se opone a una idea del Estado como «universal político» y a una teoría construida sobre la «esencia estatal», que se refiere a un modelo de Estado grabado en el mármol. Refutando la concepción de un aparato con una unidad y una funcionalidad rigurosa que durante largo tiempo ha dominado el pensamiento crítico, Foucault propone analizar lo ordinario del Estado, pensar sus prácticas de adaptación, de ofensiva y de repliegue, sus irregularidades, sus chapuzas, para despejar otras coherencias, otras regularidades. En resumen, las «tácticas generales de gubernamentalidad».

¿Son antimedidores los medios de comunicación?

La polémica entre Enzensberger y Baudrillard

A finales de 1970 el escritor y filósofo alemán Hans Magnus Enzensberger publicó en *New Left Review* un artículo titulado «Constituents of a Theory of the Media». En él el autor critica la incapacidad de la izquierda occidental para comprender la envergadura del desafío lanzado a las formas de acción y organización políticas tradicionales por los medios de comunicación electrónicos y, de forma más general, por el desarrollo de la «industria de la conciencia». La izquierda no tiene ninguna estrategia acerca de los medios de comunicación, los cuales constituyen una «categoría vacía» de su teoría. Se ha quedado en la cultura del periódico y el escrito. En cuanto a la nueva izquierda, nacida en los años sesenta, «ha reducido el desarrollo de los medios de comunicación a un simple concepto: el de la manipulación».

Enzensberger incita por tanto a la izquierda a superar esta desventaja histórica, «liberando el potencial emancipador inherente a los nuevos medios de comunicación, potencial que el capitalismo, seguramente como el revisionismo soviético, debe sabotear pues amenaza la ley de los dos sistemas». Oponiendo esta utilización de los medios de comunicación con fines represivos a aquella que les devolvería su potencial emancipador, compara punto por punto dos modelos de comunicación: *Programa controlado centralmente/ Programa descentralizado; Un emisor, muchos receptores/ Cada receptor un emisor potencial; Inmovilización de los individuos aislados/ Movilización de las masas; Conducta pasiva del consumidor/ Interacción de los aliados, retroacción; Despolitización/ Proceso de conocimiento político; Producción por especialistas/ Pro-*

ducción colectiva; Control por propietarios privados o por la burocracia/ Control social por autoorganización. En una época en la que estallan la contestación de los monopolios públicos, la lucha por la liberación de las ondas y la búsqueda de medios de comunicación «alternativos», «comunitarios», muchos encontrarán en esta llamada una carta programática.

Como no se tradujo el artículo, las tesis de Enzensberger serán conocidas en Francia a través de la polémica que suscita Jean Baudrillard en «Réquiem por los medios de comunicación», uno de los capítulos de su obra *Pour une critique de l'économie politique du signe* (1972). Baudrillard replica a Enzensberger, que pretende que sólo una práctica revolucionaria puede despejar la virtualidad de intercambio democrático integrada en los medios de comunicación, hoy confiscados y pervertidos por un orden dominante, con estos términos: «No es en cuanto vehículo de un contenido, sino en su propia forma y operación que los medios de comunicación inducen una relación social, y esa relación no es de explotación; es de abstracción, de separación, de abolición del intercambio. Los medios de comunicación no son coeficientes, sino *efectores* de ideología. No sólo no son revolucionarios por destino, sino que ni siquiera tienen la posibilidad de ser neutros o no ideológicos (el fantasma de su estatus "técnico" o de su "valor social de uso") [...]. Lo que caracteriza a los medios de comunicación de masas es que son antimedidores, intransitivos, que fabrican no-comunicación (si se acepta definir la comunicación como un intercambio, como el espacio recíproco de una palabra o de una respuesta, por tanto de una *responsabilidad*) y no una responsabilidad psicológica y moral, sino una correlación personal de uno a otro

en el intercambio [...]. Toda la estructura actual de los medios de comunicación se basa en esta última definición: *son lo que prohíbe para siempre la respuesta*, lo que hace imposible todo proceso de intercambio (salvo bajo formas de *simu-*

lación de respuesta, a su vez integradas en el proceso de emisión, lo que no cambia en absoluto la unilateralidad de la comunicación). Ésta es su verdadera abstracción. Y en esta abstracción se basa el sistema de control social de poder».

La cosificación de la estructura

El estructuralismo, y más concretamente las tesis althusserianas, fue rápidamente criticado por conducir a reducciones mecanicistas del funcionamiento de la sociedad, ese teatro que aparecía sin sujetos. Se le reprochó que se complacía excesivamente en el análisis de las invariantes, de las determinaciones, y que tendía al desdibujamiento de la acción de los sujetos. Encerrándose en el texto, la lingüística estructural había reducido el contexto al «código». Con ello, retomando la clasificación de Jakobson, la «función referencial» se había desdibujado y la «función metalingüística» había triunfado. «El contexto verbal había reemplazado al referencial práctico-sensible, de manera que el lenguaje ya sólo tenía que ver consigo mismo por recurrencia o redundancia», como observaba en 1967 Henri Lefebvre, que tomó partido contra el estructuralismo en *Position: contre les technocrates*. Según el filósofo, el enfoque estructural había cedido al «vértigo de la taxonomía» y vertido en la «abstracción suprema», la cosa mental perfecta, la tautología tomada como plenitud, eliminando de su realidad todo lo «desviado», todo lo «vividio», toda la «descodificación por lo cotidiano», reforzando así la idea de la fatalidad de la coerción y del control y preparando el advenimiento de los «cibernántropos» y tecnócratas.

En efecto, Althusser tenía tendencia a reducir el aparato ideológico «Información» a un sistema monolítico bajo el control de una totalidad estatal de la que la sociedad civil quedaba excluida. El aparato se define de manera concluyente. Que esté bajo el régimen de servicio público o que dependa de la lógica comercial; por ejemplo, poco importa. La estructura aparece como congelada, fuera del tiempo y del espacio. Los términos utilizados por el filósofo para caracterizar esta misión orgánica evocan la tesis de una manipulación vertical.

La crisis que golpea a finales de los años setenta la teoría estructural de las relaciones sociales como conjunto de los grandes

sistemas explicativos, se centra precisamente en la cuestión de las mediaciones y del lugar del sujeto, del actor, de la audiencia.

3. Cultural Studies

La cultura del pobre

La aparición de una jerarquización de las formas culturales había preocupado desde largo tiempo atrás a intelectuales británicos. La división tripartita de la cultura (refinada, mediocre y brutal) se debe, de hecho, a la pluma del inglés Matthew Arnold (1822-1888) en su obra *Culture and Anarchy*, publicada en 1869 y reeditada por la Universidad de Cambridge en 1935, fecha significativa.

La corriente que va a desplegarse en los años sesenta y setenta bajo el nombre de *Cultural Studies* tiene su fuente lejana en los estudios de crítica literaria de Frank Raymond Leavis (1895-1978), publicados en los años treinta. *Mass Civilisation and Minority Culture* (1930) pretende ser un alegato en favor de la protección de los alumnos contra la cultura comercial. La idea de Leavis consiste en que el desarrollo del capitalismo industrial y sus expresiones culturales (en esa época se trata sobre todo del cine) tienen un efecto pernicioso en las distintas formas de la cultura tradicional, tanto la del pueblo como la de la elite. Leavis y el grupo reunido alrededor de la revista *Scrutiny*, fundada en 1932, pretenden utilizar la escuela para propagar el conocimiento de los valores literarios. Incluso si siente nostalgia de la alta cultura y de la gran tradición literaria que supuestamente encierra los valores «superiores de la era preindustrial», Leavis rompe sin embargo con la posición conservadora que caracteriza la crítica literaria de la época. De origen modesto, es el primer teórico de la literatura inglesa que penetra en los bastiones de la aristocracia que son Oxford y Cambridge. Se opone francamente al capitalismo industrial como sistema y al lugar que ocupan los medios de comunicación en su desarrollo en Gran Bretaña. Como observa Terry Eagleton, especialista de las teorías literarias, «*Scrutiny* no es sólo una revista, es el centro de una cruzada moral y cultural: de sus partidarios se espera que acudan a las escuelas y las universidades para luchar y ofrecer allí, a través del estudio de la literatura, las respuestas ricas, complejas, maduras, sagaces y moralmente serias (términos clave de *Scrutiny*) que van a permitir a los individuos sobrevivir en la sociedad mecaniza-

da de las (novelas de consumo), del trabajo alienante, de los anuncios estúpidos y de los medios de comunicación de masas embrutecedores» [Eagleton, 1983].

Con la preocupación educativa, la tradición leavisiana lega sobre todo una aproximación a las diferentes formas de la producción literaria, basada en el análisis textual, en la investigación del sentido y de los valores socio-culturales, oponiéndose con ello a los métodos de la escuela funcionalista. Esta tradición es asumida en los años cincuenta, que ven la expansión del sistema escolar gracias a un movimiento pedagógico en el que se compromete una generación de educadores de segunda enseñanza que, procedentes igualmente de medios modestos, valoran, a diferencia de la teoría elitista de Leavis, los gustos de los alumnos de la clase obrera.

En 1957 Richard Hoggart (nacido en 1918), profesor de literatura inglesa moderna, publica *The Uses of Literacy* (traducido en Francia en 1970 con el título algo equívoco de *La Culture du pauvre*). En él describe los cambios que trastornaron el modo de vida y las prácticas (*the whole way of life*) de las clases obreras (el trabajo, la vida sexual, la familia, el ocio). Publicado el mismo año en que se inaugura la televisión comercial y por tanto antes de su introducción en las clases populares, la obra de Hoggart es a la vez un himno a las formas de vida tradicionales de las comunidades de la clase obrera de las que procede, que resisten a esta cultura. El año siguiente Raymond Williams (1921-1988), entonces docente en una institución de formación para los trabajadores, publica *Culture and Society (1780-1950)*, en el que critica la disociación practicada con demasiada frecuencia entre cultura y sociedad.

En 1964 la obra de Stuart Hall y Paddy Whannel, *The Popular Arts*, cierra este período caracterizado por los análisis de estos diferentes autores que responden a una demanda procedente de la escuela.

El Centro de Birmingham

En ese mismo año de 1964 se funda en la Universidad de Birmingham el Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS), centro de estudios doctorales sobre las «formas, las prácticas y las instituciones culturales y sus relaciones con la sociedad y el cambio social». Richard Hoggart es su primer director. En 1968, cuando accede al cargo de director general adjunto de la Unesco, Stuart Hall (nacido en 1932), de origen jamaicano, lo sucede hasta 1979.

El centro conoce su mayor esplendor en el curso de este período, que coincide con el desarrollo de la *New Left*, y en 1972 crea una revista, *Working Papers in Cultural Studies (WPCS)*.

El Centro de Birmingham reconoce su idea fundadora en las obras de Hoggart, Williams y el historiador Edward P. Thompson (1924-1993).

La obra de R. Williams, *The Long Revolution* (1965), marca una doble ruptura. Primero con la tradición literaria, que sitúa la cultura fuera de la sociedad, para sustituirla por una definición antropológica: la cultura es ese proceso global a través del cual las significaciones se construyen social e históricamente; la literatura y el arte no son más que una parte de la comunicación social. Ruptura después de un marxismo reductor: Williams toma posición a favor de un marxismo complejo que permite estudiar la relación entre la cultura y las demás prácticas sociales, e inicia el debate acerca de la primacía de la base sobre la superestructura, que reduce la cultura sometiéndola al dominio de la determinación social y económica. En esto coincide con un movimiento de ideas que asume el conjunto de la *intelligentsia* de izquierdas en toda Europa, con los filósofos de la escuela de Frankfurt como precursores. Desde sus primeros trabajos sobre los medios de comunicación, Williams critica el determinismo tecnológico. En cada una de sus intervenciones en este campo, estudia las formas históricas que adoptan en cada realidad las instituciones mediáticas, la televisión, la prensa y la publicidad [Williams, 1960, 1974, 1981].

En *The Making of the English Working Class* (1968), E. P. Thompson (1924-1993) inicia una polémica con R. Williams a propósito de *The Long Revolution*: le reprocha que aún debe demasiado a una tradición literaria evolucionista que se sigue refiriendo a la cultura en singular, cuando el trabajo de los historiadores demuestra que se trata de culturas en plural, y que la historia está hecha de luchas, tensiones y conflictos entre culturas y modos de vida, conflictos íntimamente ligados a las culturas y a las formaciones de clases.

Múltiples influencias enriquecen este marco conceptual. Primero, el interaccionismo social de la escuela de Chicago, que recupera la preocupación de algunos investigadores del Centro por trabajar en una dimensión etnográfica y analizar los valores y las significaciones vividas, las formas en que las culturas de los distintos grupos se comportan frente a la cultura dominante, las «definiciones» propias que se dan los actores sociales de su «situación», de las condiciones en las que viven. Esta tradición del interaccionismo coin-

cide con una tradición etnográfica británica que ha renovado la forma de hacer la historia social, desde «abajo», creando talleres de historia oral, en coincidencia con los trabajos de las feministas sobre la historia de las mujeres.

Buscando un marxismo heterodoxo, releen los estudios de historia literaria del filósofo húngaro Georg Lukacs, concretamente *Histoire et Conscience de classe* (1923), y los trabajos del filósofo y teórico de la literatura rusa Mikhail Bakhtin sobre el *Marxisme et la philosophie du langage* (1929) así como sus análisis históricos de las expresiones de la cultura popular; traducen a Walter Benjamin; descubren *Le Dieu caché: étude sur la vision tragique dans les «Pensées» de Pascal et dans le théâtre de Racine* (1959), del sociólogo de la literatura Lucien Goldmann, y *Questions de méthode* (escrito en 1957 y publicado en 1960), de Jean-Paul Sartre. Comparten con Louis Althusser las cuestiones vinculadas con la naturaleza de la ideología, que ya no se enfoca como simple «reflejo» de la base material, sino que cumple una función activa en la reproducción social. Con Roland Barthes se interesan por la especificidad de lo «cultural» y adoptan una metodología apoyada en la teoría lingüística para abordar la cuestión maestra en aquella época, la de las «lecturas ideológicas». El análisis de las revistas feministas, de los programas de ficción y de información en televisión, de los discursos de prensa, constituye el corazón de las investigaciones del Centro.

La obra del filósofo marxista italiano Antonio Gramsci, muerto en 1937 en las cárceles fascistas, tuvo en este Centro una influencia más grande que en Francia en medios comparables. La aportación de Gramsci reside sobre todo en su concepción de la hegemonía: la hegemonía es la capacidad que tiene un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la sociedad, su capacidad de construir en torno a su proyecto un nuevo sistema de alianzas sociales, un nuevo «bloque histórico». La noción de hegemonía desplaza la de clase dominante, cuyo poder residiría por completo en su capacidad para controlar las fuentes del poder económico. En el análisis del poder introduce la necesidad de considerar las negociaciones, los compromisos y las mediaciones. La noción gramsciana testimoniaba de forma precoz el rechazo a asimilar mecánicamente las cuestiones culturales e ideológicas a las de la clase y de la base económica, y volvía a colocar en un primer plano la cuestión de la sociedad civil como distinta del Estado.

Todas estas influencias serán objeto de una apropiación crítica. La originalidad del centro y de la problemática de los *Cultural Stu-*

dies de aquella época consiste en lograr constituir grupos de trabajo centrados en diferentes campos de las investigaciones (etnografía, *media studies*, teorías del lenguaje y subjetividad, literatura y sociedad, por ejemplo) y vincular estos trabajos con las cuestiones suscitadas por movimientos sociales, especialmente el feminismo. El Centro emprende rápidamente estudios sobre las representaciones de la mujer y la ideología de la feminidad. Estas investigaciones, llevadas a cabo en 1968 y 1969, muestran su interés por los estudios sobre el mito de Lévi-Strauss y los primeros trabajos de Barthes. A pesar de la gran influencia de pensadores franceses sobre las metodologías y las problemáticas de los *Cultural Studies*, no se establece en esa época vínculo orgánico alguno entre ambos lados del Canal de la Mancha.

Hacia el estudio de la recepción

El trabajo de Stuart Hall sobre la función ideológica de los medios de comunicación y la naturaleza de la ideología representa un momento importante en la constitución de una teoría capaz de refutar los postulados del análisis funcionalista norteamericano y de basar una forma diferente de investigación crítica en los medios de comunicación.

— Su artículo «Encoding/Decoding», redactado hacia 1973, enfoca el proceso de comunicación televisual según cuatro momentos claros (producción, circulación, distribución/consumo, reproducción) que tienen sus propias modalidades y sus propias formas y condiciones de existencia, pero que están articulados entre ellos y determinados por relaciones de poder institucionales. La audiencia es al mismo tiempo el receptor y la fuente del mensaje, porque los esquemas de producción (momento de la codificación) responden a las imágenes que la institución televisual se hace de la audiencia, y a códigos profesionales. Del lado de la audiencia, el análisis de S. Hall define tres tipos de descodificación: dominante, de oposición y negociada. El primero corresponde a los puntos de vista hegemónicos que aparecen como naturales, legítimos, inevitables, el sentido común de un orden social y de un universo profesional. El segundo interpreta el mensaje a partir de otro marco de referencia, de una visión del mundo contraria (por ejemplo, traduciendo el «interés nacional» como «interés de clase»). El código negociado es una mezcla de elementos de oposición y de adaptación, una mezcla de lógicas contradictorias que suscribe en parte las signifi-

caciones y los valores dominantes, pero toma argumentos de una situación vivida (por ejemplo, de intereses grupales) para refutar las definiciones generalmente compartidas. Este artículo ha orientado numerosas investigaciones del Centro sobre la televisión.

Everyday Television, Nationwide (1978), de Charlotte Brunsdon y David Morley, resultado de una investigación financiada por el British Film Institute (BFI), marca un giro en la producción de estos *media studies*. Después del análisis de los programas de información general, de revistas políticas sobre las grandes cuestiones de sociedad, los *current affairs*, que se dirigen a un público de élite, la atención se centra en emisiones llamadas igualmente de «comunicación política» pero destinadas a un público más amplio, más heterogéneo, en términos de clase y sexo, como el programa *Nationwide*. Es el punto de partida de una reflexión sobre los géneros populares (*situation, comedies*, deportes, variedades, «culebrones», series policíacas). *Everyday Television* pone en marcha la voluntad de explorar la forma en que estos programas de entretenimiento de masas tratan las contradicciones de la vida y de la experiencia de los hombres y mujeres de amplias capas sociales, y participan en la construcción de un sentido común popular, centrándose en el estudio de las representaciones del género femenino/masculino, de la clase social, de los grupos étnicos.

La siguiente etapa ve cómo se acentúa el desplazamiento del estudio de los textos hacia el de las audiencias (véase el capítulo 6, 2).

5. Economía política

La economía política de la comunicación comienza a desarrollarse en los años sesenta. Primero adopta la forma de una reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países situados a uno y otro lado de la línea de demarcación del «desarrollo».

A partir de 1975 la gestión de la economía política se abre paso a través de una reflexión no ya sobre la «industria cultural», sino sobre las «industrias culturales». El paso al plural revela el abandono de una visión demasiado genérica de los sistemas de comunicación. En un momento en el que las políticas gubernamentales de democratización cultural y la idea de servicio y monopolio públicos deben afrontar la lógica comercial de un mercado en vías de internacionalización, se trata de entrar en la complejidad de estas diversas industrias para intentar comprender el proceso creciente de valoración de las actividades culturales por el capital.

1. La dependencia cultural

Integración mundial e intercambio desigual

Marx y sus continuadores hablaban del carácter «revolucionario» del capitalismo, cuya ley de supervivencia consiste en trastornar continuamente las fuerzas productivas. En virtud de esa expansión y ese progreso permanentes, este régimen crea, sin saberlo, las condiciones de su propio derrocamiento desarrollando las fuerzas sociales y agudizando las contradicciones. El «desarrollo» de cada sociedad concreta depende primero de la evolución de sus estructuras internas. Cada sociedad pasa obligatoriamente por estadios, y la historia de cada una responde a un «modelo sucesivo».

A esta visión de la historia, economistas e historiadores oponen un modelo sincrónico y simultáneo, objetando que la historia del capitalismo en numerosos países no corresponde con este esquema y que el «desarrollo» no es ineludible. Porque es más bien al «desarrollo del subdesarrollo» a lo que estamos asistiendo en numerosas regiones del mundo. La unidad de análisis del capitalismo moderno no puede ser la sociedad nacional, sino el «sistema-mundo» cuyas naciones sólo son componentes. Esta hipótesis sobre la integración mundial emitida por el economista Paul Baran en 1957 en su *Économie politique de la croissance* coincide con la del historiador Immanuel Wallerstein en diálogo con el concepto de «economía-mundo» de Fernand Braudel.

El concepto de «economía-mundo» se define según una triple realidad: un espacio geográfico dado; la existencia de un polo, «centro del mundo»; zonas intermedias alrededor de este eje central y márgenes muy amplios que en la división del trabajo se hallan subordinados y dependientes de las necesidades del centro. Este esquema de relaciones lleva un nombre: el intercambio desigual. El capitalismo es una «creación de la desigualdad del mundo» [Wallerstein, 1983] y sólo se puede concebir en un espacio desmesurado, «universalista». El mapa de las «redes comerciales», cuyas redes de comunicación constituyen una parte esencial, manifiesta esta configuración centrípeta del mundo, con sus jerarquizaciones y la coexistencia de modos de producción diferentes.

La economía política de la comunicación, como resultado de una ruptura de las tesis sobre la historia del capitalismo moderno sostenidas por los clásicos del marxismo, se aleja también del esquema Este/Oeste que ha marcado la sociología norteamericana

de los medios de comunicación. La polarización engendrada por la guerra fría señala las discrepancias que se operan en las ciencias sociales de la comunicación. Lazarsfeld lo reconoce cuando, ante sus colegas de la Asociación norteamericana para la investigación de la opinión pública (AAPOR), inaugura el nuevo campo de investigaciones bautizado como «comunicación internacional» y los incita a reforzar sus lazos con los «grupos e instituciones que son los actores de esta escena social» [Lazarsfeld, 1952]. La visión del espacio internacional como lugar de enfrentamiento entre dos bloques, entre dos ideologías, que estimula la investigación y el desarrollo industrial y militar de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (desde el ordenador hasta el satélite), moviliza también la mayor parte de la investigación funcionalista sobre la comunicación internacional, como lo demuestra con elocuencia la investigación administrativa sobre las radios gubernamentales. La propia aproximación difusionista a los problemas de la comunicación asociada con las estrategias de desarrollo y modernización en el Tercer Mundo es inexplicable sin el trasfondo de esta discrepancia maniquea dictada por el imperativo de la «seguridad nacional» (véase el capítulo 2, 2). Eso explica por qué el análisis funcional confía en la doctrina del departamento de Estado sobre el *free flow of information* calcado del principio intangible de la libertad de circulación de las mercancías, asimilando pura y simplemente la libertad de expresión comercial de los actores privados del mercado a la libertad de expresión sin más.

El imperialismo cultural

La nueva visión del espacio mundial conduce a renovar el estudio de las relaciones internacionales en materia de cultura y comunicación. Suscita numerosas investigaciones que ilustran el intercambio desigual de los distintos productos culturales.

En los Estados Unidos, en lucha en aquel entonces con los conflictos del sudeste asiático y con las luchas contrainsurreccionales en numerosos países del Tercer Mundo, la cuestión de la dependencia cultural nutre la reflexión de un investigador como Herbert Schiller. Su primera obra, *Mass Communications and American Empire*, aparecida en 1969, pero que recoge artículos publicados desde 1965, inaugura una larga serie de investigaciones que, partiendo del análisis de la imbricación del complejo militar-industrial y de la industria de la comunicación, concluye con una amplia denuncia

de la creciente privatización del espacio público en los Estados Unidos. El mismo año Thomas Guback, profesor en la Universidad de Illinois, publica *The International Film Industry*, convertido en un clásico del análisis de las estrategias de penetración de las grandes empresas cinematográficas norteamericanas en los mercados europeos desde 1945. Schiller, profesor en la Universidad de California, cercano a la tradición instituida por Wright Mills, define un concepto que ha estimulado tanto la investigación como la acción, el de «imperialismo cultural»: «El conjunto de procesos por los que una sociedad es introducida en el seno del sistema moderno mundial y la manera en que su capa dirigente es llevada, por la fascinación, la presión, la fuerza o la corrupción, a moldear las instituciones sociales para que correspondan con los valores y las estructuras del centro dominante del sistema o para hacerse su promotor» [Schiller, 1976]. Una de las revistas especializadas más prestigiosas de los Estados Unidos, *Journal of Communication*, fundada en 1950, cambia de orientación bajo la dirección de George Gerbner, profesor en la Universidad de Pensilvania, abriendo ampliamente sus páginas a los debates sobre los grandes desequilibrios mundiales en materia de comunicación y sobre los cambios producidos en las aproximaciones teóricas [Gerbner, 1983].

En los años setenta la perspectiva crítica norteamericana se enriquece con las aportaciones de Stuart Ewen, que publica una historia del dispositivo publicitario que sigue siendo uno de los pocos estudios sobre las bases de la ideología del consumo asociado a cierta idea de la democracia [Ewen, 1976].

En Inglaterra, Peter Golding, de la Universidad de Leicester, emprende una crítica radical de las teorías de la modernización aplicadas a la comunicación. Jeremy Tunstall demuestra que el marco organizativo de los medios de comunicación en el mundo es fundamentalmente norteamericano, mientras que J. O. Boyd-Barrett y Michael Palmer analizan las grandes agencias de prensa internacionales. En el norte de Europa, en Finlandia, la cuestión de la dependencia cultural inspira estudios sobre los flujos internacionales de los programas de televisión [Nordenstrem y Varis, 1974] y en los Países Bajos sobre el *corporate village* y los valores socio-culturales del «complejo comunicativo-industrial» [Hamelink, 1977]. La cuestión de los flujos de noticias motiva los trabajos teóricos del sociólogo noruego Johan Galtung [1971] sobre las nuevas formas del imperialismo. Salvo raras excepciones, Francia ha quedado relativamente ausente de estas investigaciones concretas sobre los medios de comunicación.

América Latina, región proyectada en el corazón de las controversias sobre las estrategias de desarrollo en el enfrentamiento norte/sur, estaba destinada a impulsar la «teoría de la dependencia». Esta teoría conoce numerosas variantes, que dependen de la apreciación del margen de maniobra y del grado de autonomía del que cada nación es acreedora en relación con las determinaciones del sistema-mundo. La ruptura con la sociología funcionalista de los Estados Unidos, iniciada desde comienzos de los años sesenta, se consuma definitivamente con una generación de investigadores críticos [Pasquali, 1963; Schmucler, 1974; Capriles, 1976; Beltran, 1976; Beltran y Fox, 1980]. Intentos originales de cambio social, como el del presidente socialista Salvador Allende en Chile (1970-1973), ponen a la orden del día la política de democratización de la comunicación [Mattelart A., 1974; Mattelart M., 1986].

Si América Latina va a la vanguardia en este tipo de estudios es, en efecto, porque allí se desencadenan procesos de cambio que hacen vacilar las viejas concepciones de la agitación y la propaganda y porque, en esta región del mundo, el desarrollo de los medios de comunicación es entonces bastante más importante que en las demás regiones del Tercer Mundo. América Latina no es sólo un lugar de una crítica radical de las teorías de la modernización aplicadas a la difusión de las innovaciones en relación con los campesinos en el marco de las tímidas reformas agrarias, a la política de planificación familiar o a la enseñanza a distancia; sino que produce también iniciativas que rompen con el modo vertical de transmisión de los «ideales» del desarrollo. Lo atestigua la obra del brasileño Paulo Freire (1921-1997), *Pedagogía de los oprimidos* [1970], que tuvo una profunda influencia en la orientación de estrategias de comunicación popular y un esplendor mundial. Esta pedagogía parte de la situación concreta en la que vive su receptor, para hacerla emerger progresivamente como fuente de conocimientos en un intercambio recíproco entre educante y educado. Hay que señalar que América Latina muy pronto y constantemente se ha distinguido por su reflexión sobre el vínculo entre comunicación y organización popular.

La Unesco y el nuevo orden mundial de la comunicación

Sostenido por el movimiento de los países no alineados, el debate sobre los desequilibrios de los flujos y los intercambios alcanza al conjunto de la comunidad internacional en los años setenta.

década del «nuevo orden mundial de la información y la comunicación» (NOMIC). La Unesco es su principal lugar de expresión. El debate sobre la «comunicación en sentido único» que caracteriza las relaciones norte/sur, entablado desde 1969 bajo la presidencia del francés Jean Maheu, desemboca en 1977, bajo la presidencia del senegalés Amadou Mahtar M'Bow, en la creación de una Comisión internacional para el estudio de los problemas de la comunicación. Tres años más tarde, se publica la versión final del informe de esta comisión presidida por el irlandés Sean MacBride, al mismo tiempo fundador de Amnistía Internacional, premio Nobel y premio Lenin de la paz. Se trata del primer documento oficial emitido bajo los auspicios de un organismo representativo de la comunidad internacional que reconoce y expone claramente la cuestión del desequilibrio de los flujos y que reflexiona sobre las estrategias que han de ser puestas en marcha para ponerle remedio (múltiples trabajos y conferencias sobre las «políticas culturales» y las «políticas nacionales de comunicación» se realizaron en este marco).

Numerosos factores hacen zozobrar el resultado de los debates y los convierten en un diálogo de sordos: intransigencia de la América reaganiana pretendiendo imponer a cualquier precio su tesis del *free flow of information*; violento choque de los intereses de los países del Sur, que luchan por su emancipación cultural nacional, y de los de los países del «bloque» comunista, que hábilmente utilizan estas peticiones para oponerse a cualquier apertura de sus propios sistemas de comunicación de masas; contradicciones en el propio seno del movimiento de los países no alineados, algunos de cuyos Estados utilizan estos debates internacionales como coartada para legitimar sus propias carencias y compromisos en su territorio nacional. A pesar de estos límites, estos debates y los estudios que siguen lanzan un grito de alarma sobre el intercambio desigual de los flujos de imágenes y de informaciones, y se hacen oír voces de esa parte mayoritaria del mundo cuya realidad se da a conocer con demasiada frecuencia a través de los filtros de los estudios realizados por los expertos de los grandes países industriales. Durante la década de los setenta, las referencias de la sociología de la modernización de origen norteamericano, dominantes en los hemisferios internacionales, fueron desplazadas por las representaciones del desarrollo formuladas por aquellos que se convertían en sus sujetos. Desde luego, la discrepancia de las tesis presentes favoreció demasiado a menudo una visión bipolar del planeta, un norte dominante y dominador y un sur sometido. Se silenciaron

los procesos de mediación y los mediadores y, con ellos, lo que hace complejo el enfrentamiento, el «choque cultural», diría Edward T. Hall, entre las culturas singulares y el espacio-mundo. En 1985 los Estados Unidos, invocando la deriva hacia una «politización» de los problemas de comunicación, se retiran de la Unesco, seguidos rápidamente por Inglaterra. Los años ochenta ven emigrar la cuestión de la regulación de las redes y de los intercambios hacia organismos con vocación más técnica como el GATT (Acuerdo general sobre las tarifas aduaneras y el comercio) (véase el capítulo 7, 2).

2. Las industrias culturales

La diversidad de la mercancía

En Europa, en la segunda mitad de los años setenta, aparece el segundo foco de la economía política de la comunicación. La cuestión de las industrias culturales ocupa el lugar central y los investigadores franceses cumplen una función capital. Su gestión es en general resueltamente crítica.

En 1978 se publica la obra del equipo de investigación animado por Bernard Miège, titulado *Capitalisme et Industries culturelles*. Los autores reflexionan sobre la naturaleza de la mercancía cultural e intentan responder a la pregunta: «¿Qué problemas específicos encuentra el capital para producir valor a partir del arte y la cultura?». Refutan la idea, muy estimada por la escuela de Frankfurt, según la cual la producción de la mercancía cultural (libro, disco, cine, televisión, prensa, etc.) responde a una única y misma lógica. Para ellos, la industria cultural no existe en sí: es un conjunto compuesto, hecho con elementos que se diferencian extraordinariamente, con sectores que tienen sus propias leyes de estandarización. Esta segmentación de formas de rentabilización de la producción cultural por el capital se traduce en las modalidades de organización del trabajo, en la caracterización de los propios productos y su contenido, en las formas de institucionalización de las distintas industrias culturales (servicio público, relación público/privado, etc.), en el grado de concentración horizontal y vertical de las empresas de producción y distribución o incluso en la forma en que los consumidores o usuarios se apropian de los productos y servicios.

Les Industries de l'imaginaire [1980] de Patrice Flichy se dedica a analizar esa «cultura de oleada», ese *continuum* de programas

en el que cada elemento cuenta menos en sí mismo que por el conjunto de la programación ofrecida, que caracteriza la economía de lo audiovisual. Interesándose tanto por las industrias del *hardware* (contenedor) como por las del *software* (contenido), el autor aborda la formación de usos sociales de las máquinas de comunicar, la transformación de innovaciones tecnológicas en mercancías, renovando así las bases de una historia de las técnicas. Anteriormente algunas investigaciones habían analizado la intersección de los planes tecno-económicos y político-culturales para desvelar los entresijos políticos del hecho industrial y las bases industriales de un nuevo sistema de control social. Por otra parte, insistiendo en la articulación entre el nivel nacional y el nivel multinacional, estas investigaciones enunciaban los límites del concepto de «imperialismo cultural», entonces en boga [Mattelart A., 1976; Mattelart A. y M., 1979; Mattelart A. y Piemme, 1980; Mattelart A. y M. y Delcourt, 1983].

En 1978 se produce un cambio en las esferas gubernamentales europeas. La noción de «industrias culturales», adoptada por los ministros europeos de Cultura reunidos en Atenas, hace su entrada en los enunciados administrativos de un organismo comunitario europeo: el Consejo de Europa.

En los años ochenta esta problemática de las industrias culturales alcanza distintas realidades académicas. Concretamente Québec [Lacroix y Lévesque, 1986; Tremblay, 1990] y España [Bustamante y Zallo, 1988]. Desde los años de la dictadura franquista algunos sociólogos habían sentado las bases de una investigación crítica [Gubern, 1972; Moragas, 1976; Serrano, 1977].

La economía política pretendía remediar las carencias de la semiología de primera generación, pendiente ante todo de los discursos en cuanto conjuntos de unidades encerradas sobre sí mismas que contienen los principios de su construcción. Implícita en Francia, esta finalidad de la economía política resulta francamente explícita en Gran Bretaña, otro polo de la expresión de esta corriente. Allí la economía política estimula una polémica abierta con la corriente de los *Cultural Studies*, acusada de autonomizar el nivel ideológico [Garnham, 1983]. La revista *Media, Culture and Society*, creada en 1979, abre sus páginas a esta discusión.

En 1977, el canadiense Dallas Smythe publica un artículo provocador sobre la «obnubilación» (*Blindspot*) de la investigación crítica europea en relación con la lógica económica de la televisión, y denuncia los perjuicios resultantes de las teorías que sólo la consideran un lugar de producción de estrategias discursivas, de ideo-

logía. Smythe expone la idea contraria de que la televisión es ante todo, en el contexto que sea, un «productor de audiencias vendibles a los publicistas», y de que, en el capitalismo contemporáneo, la audiencia constituye la forma de mercancía de los productos de comunicación. El investigador británico Nicholas Garnham le replica que esta posición supone conducir a un callejón sin salida en lo tocante a la dimensión política y cultural de la televisión, tan constitutiva como su lógica económica [Garnham, 1979]. El debate era tanto más pertinente cuanto confrontaba dos experiencias y dos modos de institucionalización del medio de comunicación electrónico: el régimen comercial y el servicio público, en un momento en el que se anunciaban en Europa los primeros signos de liberalización y privatización de lo audiovisual. Este debate se había iniciado ya en Italia, donde la temprana liberalización del servicio público había precipitado la reflexión de investigadores reunidos en torno a la revista *Ikon* [Cesareo, 1974; Grandj y Richeri, 1976; Wolf, 1977].

De un sector industrial a la «sociedad global»

El concepto de «sociedad de masas», asociado al de cultura de masas, había sido durante largo tiempo la referencia maestra de las controversias sobre la naturaleza de la modernidad de los medios de comunicación. A partir de finales de los años sesenta, pierde esta condición de exclusividad: le suceden nuevas apelaciones para caracterizar la sociedad obsesionada por las tecnologías de la información y la comunicación. Estos neologismos cubren otras tantas argumentaciones, doctrinas y teorías sobre el devenir de nuestras sociedades.

Lo «global» hace su entrada en la representación del mundo por intermedio de la comunicación electrónica. Dos obras, ambas publicadas en 1969, consagran la noción: *War and Peace in the Global Village*, de Marshall McLuhan (en colaboración con Quentin Fiore), y *Between Two Ages, America's Role in the Technetronic Era*, de Zbigniew Brzezinski. El primero describe el efecto-televisión de la guerra de Vietnam, «primera guerra televisual»: con este conflicto, al que asisten en directo todas las familias norteamericanas desde su comedor, las audiencias dejan de ser espectadores pasivos para convertirse en «participantes», y la dicotomía civiles/militares se desvanece. En tiempos de paz, el medio de comunicación electrónico arrastra hacia el progreso a todos los territorios no indus-

trializados. El imperativo técnico ordena el cambio social. La «revolución de las comunicaciones», eslogan que nace al otro lado del Atlántico, se encarga de socavar las últimas utopías de revolución política. La idea del «final de las ideologías», muy estimada por Daniel Bell, encuentra así un relevo en las representaciones colectivas. La «aldea global» empieza entonces su carrera en lo imaginario del «todo-planetario», y a partir de allí la noción acompañará cada gran apocalipsis mundial, cada «mundovisión». La guerra del Golfo lo confirmó, aunque, en realidad, la información fue controlada por los expertos militares.

El politólogo Z. Brzezinski, director del Instituto de investigaciones sobre el comunismo en la Universidad de Columbia, prefiere la expresión «ciudad global». La connotación de la vuelta a la comunidad y a lo íntimo, vinculada con la aldea, le parece poco adaptada al nuevo entorno internacional, ya que el entramado de las redes de esta sociedad que él bautiza «tecnotrónica», fruto del cruce del ordenador, el televisor y las telecomunicaciones, está transformando el mundo en un «nudo de relaciones interdependientes, nerviosas, agitadas y tensas», y por tanto aumenta el riesgo de aislamiento y de soledad para el individuo. En su opinión la primera «sociedad global» de la historia sin duda existe ya: son los Estados Unidos. Principal propaganda de esta «revolución tecnotrónica», esta sociedad «comunica» más que cualquier otra ya que (advierte) el 65 % del conjunto de las comunicaciones mundiales tienen allí su fuente. Es la única que propone un «modelo global de modernidad», esquemas de comportamiento y valores universales, pero también a través de sus «técnicas, sus métodos y sus prácticas de organización nuevos». Enfrente, en el momento en que escribe Brzezinski, en el bloque dominado por la otra superpotencia, sólo se encuentran sociedades de penuria que «segregan el tedio». Esta noción de ciudad y de sociedad global deja obsoleta la vieja noción de «imperialismo» para designar las relaciones de los Estados Unidos con el resto del mundo. La «diplomacia de la cañonera» pertenecería al pasado; el futuro sería de la «diplomacia de las redes».

En 1977 Marc Uri Porat, economista norteamericano de origen francés, publica un informe financiado por el gobierno de los Estados Unidos, primer estudio oficial que mide el peso de la economía de la información en la sociedad norteamericana: desde 1966 la información representaba el 47 % de la fuerza de trabajo y más o menos la misma proporción del producto nacional bruto. Estas cifras no han podido sino aumentar. Porat repartió la «información» en tres categorías fundamentales: la información finanza, seguros,

contabilidad y el conjunto almacenado en las bases y bancos de datos; la información cultural (alimentada por los productos de las industrias culturales); la información conocimiento o el conjunto de los saberes (diploma, *management*, consejo, etc.). El economista norteamericano Fritz Machlup, especialista en el estudio de las balanzas de pago, había emprendido en 1962 la valoración de la importancia para la economía norteamericana de las actividades de información agrupadas en lo que él llamaba *the knowledge industry*.

En estos años setenta los informes oficiales sobre el futuro de la «sociedad de la información» se acumulan en los grandes países industriales. En 1978 se publica *L'Informatisation de la société*, redactado por Simon Nora y Alain Minc. Inaugurando el término «telemática» (que traduce la interpenetración creciente de los ordenadores y las telecomunicaciones), este informe propone contar con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para salir de la crisis económica y política calificada de «crisis de civilización». Gracias a un «nuevo modo global de regulación de la sociedad», el «sistema nervioso de las organizaciones y de la sociedad entera» debería «recrear un ágora informativa ampliada a las dimensiones de la nación moderna» y dejar florecer el «desarrollo de la sociedad civil». Pero advierten que el peligro viene del exterior. No dejar en manos de las sociedades norteamericanas la tarea de organizar los bancos de datos, esta «memoria colectiva», es un «imperativo de soberanía».

Así, se han ido operando progresivos desplazamientos: desde una significación centrada sobre todo en los medios de comunicación, la comunicación poco a poco ha ido revistiendo una definición totalizadora, cruzando tecnologías múltiples destinadas a estructurar una «nueva sociedad». En Francia, el coloquio «Sciences humaines et télécommunications» marca la introducción en la investigación sociológica de los temas suscitados por las telecomunicaciones: Organizado en París en abril de 1977, por iniciativa del Centre national d'études des télécommunications (CNET) en colaboración con el Centre national de la recherche scientifique (CNRS), asocia a investigadores e ingenieros de telecomunicaciones con expertos norteamericanos como Marc Uri Porat e Ithiel de Sola Pool. En las actas editadas con el título *Les réseaux pensants* (Giraud y otros, 1978) hay una contribución que desentona: la de un joven investigador, Yves Stourdzé, desaparecido prematuramente algunos años más tarde, sobre la «Genealogía de las telecomunicaciones francesas». Rompiendo con una orientación estrictamente económica,

introduce reflexiones sobre el clima filosófico, cultural e institucional que explica las formas asumidas por el monopolio público en Francia a lo largo de la historia y muestra cómo la innovación técnica en materia de comunicación ha estado en gran parte condicionada por este contexto histórico que ha cristalizado en sistemas de representación del poder, actitudes mentales y prácticas administrativas.

La mayoría de las intervenciones consagraba la idea de una sociedad que se ha vuelto transparente en virtud de la «economía informativa». Se trataba de una variante del mito técnico que el filósofo Jacques Ellul (1912-1994), aislado e inclasificable en el panorama teórico francés, había presentado desde los años cincuenta en su obra *La Technique ou l'enjeu du siècle* [1954] y sobre el que volvía, precisamente en 1977, en *Le système technicien*. Ellul insistía en el hecho de que la técnica, que había pasado de la condición de instrumento a la de creadora de un medio artificial, resultaba en adelante un «sistema» gracias a la conexión intertécnica posibilitada por la informática. Según él, era urgente reflexionar sobre la función de regulación social que la técnica había asumido.

6. El regreso de lo cotidiano

Como reacción a las teorías estructural-funcionalistas que han dominado durante largo tiempo la escena sociológica, se han ido afirmando gestiones que consagran otras unidades de análisis, la persona, el grupo, las relaciones intersubjetivas en la experiencia de la vida cotidiana. Estas gestiones reaniman los debates, presentes desde los comienzos de las ciencias del hombre y la sociedad, sobre el riesgo de cosificar los hechos sociales, sobre la función del actor con respecto al sistema y el grado de autonomía de las audiencias frente al dispositivo de comunicación.

1. El movimiento intersubjetivo

Etnometodologías

Las corrientes agrupadas bajo la denominación de sociologías interpretativas (interaccionismo simbólico, fenomenología social,

LECTURA

UNIDAD DE COMPETENCIA I: TEORÍA CRÍTICA: DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LOS APOCALÍPTICOS	
BIBLIOGRAFÍA	CAPÍTULO SELECCIONADO
2. PÁEZ DÍAZ DE LEÓN, Laura, editora (2001): <i>La Escuela de Frankfurt. Teoría Crítica de la Sociedad</i> , México, UNAM – ENEP Acatlán.	HORKHEIMER, Max y Theodor Adorno: “La industria cultural como engaño de masas” pp. 237-276.

2. PÁEZ DÍAZ DE LEÓN, Laura, editora (2001): *La Escuela de Frankfurt. Teoría Crítica de la Sociedad*, México, UNAM - ENEP Acatlán.

HORKHEIMER, Max y Theodor Adorno: "La industria cultural como engaño de masas" pp. 237-276.

La tesis sociológica según la cual la pérdida de apoyo en la religión objetiva, la disolución de los últimos residuos precapitalistas, la diferenciación técnica y social y la extremada especialización han dado lugar a un caos cultural, se ve diariamente desmentida por los hechos. La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos. Las manifestaciones estéticas, incluso de las posiciones políticas opuestas, proclaman del mismo modo el elogio del ritmo de acero. Los organismos decorativos de las administraciones y exposiciones industriales apenas se diferencian en los países autoritarios y en los demás. Los tersos y colosales palacios que se alzan por todas partes representan la ingeniosa regularidad de los grandes monopolios internacionales a la que ya tendía la desatada iniciativa privada, cuyos monumentos son los sombríos edificios de viviendas y comerciales de las ciudades desoladas. Las casas más antiguas en torno a los centros de hormigón aparecen ya como suburbios, y los nuevos chalés a las afueras de la ciudad proclaman, como las frágiles construcciones de las muestras internacionales, la alabanza al progreso técnico, invitando a liquidarlos, tras un breve uso, como latas de conserva. Pero los proyectos urbanísticos, que deberían perpetuar en pequeñas viviendas higiénicas al individuo como ser independiente, lo someten tanto más radicalmente a su contrario, al poder total del capital. Conforme sus habitantes son obligados a afluir a los centros para el trabajo y la diversión, es decir, como productores y consumidores, las células-vivienda cristalizan en complejos bien orga-

* Escrito conjuntamente por Max Horkheimer y Th. W. Adorno. Las notas de pie de página recogen la historia de las "revisiones textuales" que de este ensayo hicieron Horkheimer y Adorno. Este texto fue elaborado en una primera versión, que no se conserva, por Adorno y fue corregido por él mismo dando lugar a un nuevo texto conocido como "Segundo esbozo", que llevó por título "El esquema de la cultura de masas". Este nuevo texto fue sometido a una nueva revisión por ambos autores y de aquí surgió el texto definitivo que entró a formar parte de los Fragmentos. Esta versión definitiva, a su vez, recoge sólo la mitad, aproximadamente, del texto original de Adorno. Ver Sánchez, Juan José, "Introducción. Sentido y alcance de *Dialéctica de la Ilustración*", en Max Horkheimer y Th. W. Adorno, *La dialéctica de la Ilustración*, Valladolid, Trotta, 1998, pp. 41 y ss.

¹ Los/1944: "El pabellón alemán y el caso de la Exposición universal de París de 1937 parecían de la misma esencia y los".

nizados. La unidad visible de macrocosmos y microcosmos muestra a los hombres el modelo de su cultura: la falsa identidad de universal y particular. Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto —el armazón conceptual fabricado por aquél— comienza a dibujarse. Los dirigentes no están ya en absoluto interesados en esconder dicho armazón, su poder se refuerza cuanto más brutalmente se declara. El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.

Los interesados en la industria cultural gustan explicarla en términos tecnológicos. La participación en ella de millones de personas impondría el uso de técnicas de reproducción que, a su vez, harían inevitable que, en innumerables lugares, las mismas necesidades sean satisfechas con bienes estándares. El contraste técnico entre pocos centros de producción y una dispersa recepción condicionaria la organización y planificación por parte de los detentores. Los estándares habrían surgido en un comienzo de las necesidades de los consumidores: de ahí que fueran aceptados sin oposición. Y, en realidad, es en el círculo de manipulación y de necesidad que la refuerza donde la unidad del sistema se afianza más cada vez. Pero en todo ello se silencia que el terreno sobre el que la técnica adquiere poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes² sobre la sociedad. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma. Los automóviles, las bombas y el cine mantienen unido el todo social, hasta que su elemento nivelador muestra su fuerza en la injusticia misma a la que servía. Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual.³ La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual. El paso del teléfono a la radio ha separado claramente los papeles. Liberal, el teléfono dejaba aún jugar al participante el papel de sujeto. La radio, democrática, convierte a todos en oyentes para entregarlos autoritariamente a los programas, entre sí iguales, de las diversas emisoras. No se ha desarrollado ningún sistema de réplica, y las emisiones privadas están condenadas a la clandestinidad. Se limitan al ámbito no reconocido de los "aficionados", que por lo demás son organizados desde arriba. Cualquier huella de espontaneidad del público en el marco de la radio oficial es dirigida y absorbida, en una selección de especialistas, por cazadores de talento, competiciones ante el micrófono y manifestaciones domes-

² "de los económicamente más fuertes"/1944: "del capital".

³ "economía actual"/1944: "economía del beneficio".

tizadas de todo género. Los talentos pertenecen a la empresa, aun antes de que ésta los presente: de otro modo no se adaptarían tan fervientemente. La constitución del público, que en teoría y de hecho favorece al sistema de la industria cultural, es una parte del sistema, no su disculpa. Cuando una rama artística procede según la misma receta que otra, muy diversa de ella por lo que respecta al contenido y a los medios expresivos; cuando el nudo dramático en las "operas de jebón"⁴ radiofónicas se convierte en ilustración pedagógica para resolver dificultades técnicas, que son dominadas como "conservas" del mismo modo que en los puntos culminantes de la vida del jazz; o cuando la "adaptación" experimental de una composición de Beethoven se hace según el mismo esquema con el que se lleva una novela de Tolstói al cine, el recurso a los deseos espontáneos del público se convierte en fútil pretexto. Más cercana a la realidad es la explicación mediante el propio peso del aparato técnico y personal; que, por cierto, debe ser considerado en cada uno de sus detalles como parte del mecanismo económico de selección.⁵ A ello se añade el acuerdo, o al menos la común determinación de los poderosos ejecutivos, de no producir o permitir nada que no se asemeje a sus gráficas, a su concepto de consumidores y, sobre todo, a ellos mismos.

Si la tendencia social objetiva de la época se encarna en las oscuras intenciones subjetivas de los directores generales, éstos son, ante todo, los de los poderosos sectores de la industria: acero, petróleo, electricidad y química. Los monopolios culturales son, comparados con ellos, débiles y dependientes. Deben apresurarse a satisfacer a los verdaderos poderosos para que su esfera en la sociedad de masas, cuyo tipo específico de mercancía tiene aún, con todo, mucho que ver con el liberalismo cordial y los intelectuales juicios, no sea sometida a una serie de acciones depuradoras.⁶ La dependencia de la más poderosa compañía radiofónica de la industria eléctrica, o la del cine respecto de los bancos, define el entero sector, cuyas ramas particulares están a su vez económicamente implicadas entre sí. Todo está tan estrechamente próximo que la concentración del espíritu alcanza un volumen que le permite traspasar la línea divisoria de las diversas empresas y de los sectores técnicos. La desconsiderada unidad de la industria cultural da testimonio de la que se cierra, sobre la vida política. Distinciones enfáticas, como aquella entre películas de tipo *a* y *b* o entre historias de semanarios de diferentes precios, más que proceder de la cosa misma, sirven para clasificar, organizar y manipular a los consumidores. Para todos hay algo previsto, a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son acuñadas y propagadas

⁴ "Operas o composiciones de forma musical de efectos buratos, que eran emitidas durante las horas en que las zonas de hogar acaban también a realizar sus tareas domésticas, sobre todo el lavado de ropa. De ahí su nombre".

⁵ "selección"/1944: "selección. El funcionamiento de los grandes estudios, como también la calidad del material humano, están pagados que los habita, es un producto del monopolio al que se acomodan".

⁶ "series depuradoras"/1944: "ser confiscada ante el fascismo".

artificialmente. El abastecimiento del público con una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo a una cuantificación tanto más compacta. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente de acuerdo con su "nivel", que le ha sido asignado previamente sobre la base de índices estadísticos, y echar mano de la categoría de productos de masa que ha sido fabricada para su tipo. Reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos sobre el mapa geográfico de las oficinas de investigación de mercado, que ya no se diferencian prácticamente de las de propaganda, en grupos según ingresos, en campos rojos, verdes y azules.

El esquematismo del procedimiento se manifiesta en que, finalmente, los productos mecánicamente diferenciados se revelan como lo mismo. El que las diferencias entre la serie Chrysler y la General Motors son en el fondo ilusorias es algo que saben incluso los niños que se entusiasman por ellas. Lo que los conocedores discuten como méritos o desventajas sirve sólo para mantener la apariencia de competencia y de posibilidad de elección. Lo mismo sucede con las presentaciones de la Warner Brothers y de la Metro Goldwin Mayer. Pero incluso entre los tipos más caros y los más baratos de la colección de modelos de una misma firma, las diferencias tienden a reducirse cada vez más: en los automóviles, a diferencias de cilindrada, de volumen y de fechas de las patentes de los *gadgets*; en el cine, a diferencias de número de estrellas, de riqueza en el despliegue de medios técnicos, de mano de obra y decoración, y a diferencias en el empleo de nuevas fórmulas psicológicas. La medida unitaria del valor consiste en la dosis de "producción conspicua", de inversión exhibida. Las diferencias de valor presupuestadas por la industria cultural no tienen nada que ver con diferencias objetivas, con el significado de los productos. También los medios técnicos son impulsados a una creciente uniformidad recíproca. La televisión tiende a una síntesis de radio y cine, que está siendo frenada hasta que las partes interesadas ya se hayan puesto completamente de acuerdo, pero cuyas posibilidades ilimitadas pueden ser elevadas hasta tal punto por el empobrecimiento de los materiales estéticos que la identidad hoy apenas velada de todos los productos de la industria cultural podrá mañana triunfar abiertamente, como realización sarcástica del sueño wagneriano de la "obra de arte total". La coincidencia entre palabra, imagen y música se logra de forma tanto más perfecta que en *Tristán*, porque los elementos sensibles, que se limitan, sin oposición, a registrar la superficie de la realidad social, son ya producidos, en principio, en el mismo proceso técnico de trabajo y se limitan a expresar la unidad de éste como su verdadero contenido. Este proceso de trabajo integra todos los elementos de la producción, desde la trama de la novela pensada ya con vistas al cine⁸ hasta el último efecto sonoro. Es el triunfo del capital invertido: imprimir con letras de fuego su omnipotencia, como omnipotencia de sus amos, en el corazón de todos los desposeídos en busca de empleo.

⁸ Accesorios, en el sentido de juguetes técnicos.

⁹ "al cine"/1944: "al monopolio del cine".

constituye el sentido de todas las películas, independientemente de la trama que la dirección de producción elija en cada caso.

Durante el tiempo libre el trabajador debe orientarse según la unidad de producción. La tarea que el esquematismo kantiano esperaba aún de los sujetos, a saber, la de referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales, le es quitada al sujeto por la industria. Ésta lleva a cabo el esquematismo como primer servicio al cliente. En el alma, según Kant, debía actuar un mecanismo secreto que prepara ya los datos inmediatos de tal modo que puedan adaptarse al sistema de la razón pura. Hoy, el enigma ha sido descifrado. Incluso si la planificación del mecanismo por parte de aquellos que preparan los datos, por la industria cultural, es impuesta a ésta por el peso de una sociedad —a pesar de toda racionalización— irracional, esta tendencia fatal es transformada, a su paso por las agencias del negocio industrial, en la astuta intencionalidad de éste.⁹ Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción. El prosaico arte para el pueblo realiza ese idealismo fantástico, que para el crítico iba demasiado lejos. Todo procede de la conciencia: en Malebranche y Berkeley, de la de Dios, en el arte de masas, de la dirección terrena de producción. No sólo se mantienen cíclicamente los tipos de canciones de moda, de estrellas y operetas como entidades invariables; el mismo contenido específico del espectáculo, lo aparentemente variable, es deducido de ellos. Los detalles se hacen fungibles. La breve sucesión de intervalos que ha resultado eficaz en una canción exitosa, el fracaso pasajero del héroe que éste sabe aceptar deportivamente, los saludables golpes que la amada recibe de las robustas manos del galán, los rudos modales de éste con la heredera pervertida, son, como todos los detalles, clichés hechos para usar a placer aquí y allí, enteramente definidos cada vez por el objetivo que se les asigna en el esquema. Confirmar éste, al tiempo que lo componer, constituye toda su realidad vital. Se puede siempre captar de inmediato en una película cómo terminará, quién será recompensado, castigado u olvidado; y, desde luego, en la música ligera el oído ya preparado puede adivinar, desde los primeros compases del motivo, la continuación de éste y sentirse feliz cuando sucede así efectivamente. El número medio de palabras de una historia corta es intocable. Incluso los gags, los efectos y los chistes están calculados como armazón en que se insertan. Son administrados por expertos especiales y su escasa variedad se deja distribuir, en lo esencial, en el despacho. La industria cultural se ha desarrollado con el primado del efecto, del logro tangible, del detalle técnico sobre la obra, que una vez era la portadora de la idea y fue liquidada con ésta. El detalle, al emanciparse, se había hecho rebelde y se había erigido, desde el romanticismo hasta el expresionismo, en expresión desenfundada, en exponente de la rebelión contra la organización. El efecto armónico aislado había cancelado en la música la conciencia de la totalidad formal; el color particular en la pintura, la com-

⁹ "agencias... Inc"/1994: "agencias monopolísticas, en el".

posición del cuadro: la penetración psicológica en la novela, la arquitectura de la misma. A ello pone fin, mediante la totalidad, la industria cultural. Al no conocer otra cosa que los efectos, acaba con la rebeldía de éstos y los somete a la forma que sustituye a la obra. Ella trata por igual al todo y a las partes. El todo se opone, inexorable e independientemente, a los detalles, algo así como la carrera de un hombre de éxito, para la que todo debe servir de ilustración y prueba, mientras que ella misma no es otra cosa que la suma de aquellos sucesos idiotas. La llamada idea general es un mapa catastral y crea orden, pero no conexión. Sin oposición ni relación, el todo y el particular llevan en sí los mismos rasgos. Su armonía garantizada de antemano es la caricatura de la armonía fatigosamente conquistada, de la gran obra de arte burguesa. En Alemania, sobre las películas más alegres y ligeras de la democracia se cernía ya la paz sepulcral de la dictadura.

El mundo entero es conducido a través del filtro de la industria cultural. La vieja experiencia del espectador de cine, que percibe el exterior, la calle, como continuación del espectáculo que acaba de dejar, porque este último quiere precisamente reproducir fielmente el mundo perceptivo de la vida cotidiana, se ha convertido en el hilo conductor de la producción. Cuanto más completa e integralmente las técnicas cinematográficas dupliquen los objetos empíricos, tanto más fácil se logra hoy la ilusión de creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se conoce en el cine. Desde la repentina introducción del cine sonoro, el proceso de reproducción mecánica ha pasado enteramente al servicio de este propósito. La tendencia apunta a que la vida no pueda distinguirse más del cine sonoro. En la medida en que éste, superando ampliamente al teatro thasionista, no deja a la fantasía ni al pensamiento de los espectadores ninguna dimensión en la que pudieran —en el marco de la obra cinematográfica, pero libres de la coacción de sus datos exactos— pasearse y moverse por su cuenta sin perder el hilo, adiestra a los que se le entregan para que lo identifiquen directa e inmediatamente con la realidad. La apofea de la imaginación y de la espontaneidad del actual consumidor cultural no necesita ser reducida a mecanismos psicológicos. Los mismos productos, comenzando por el más característico, el cine sonoro, paralizan, por su propia constitución objetiva, tales facultades. Ellos están hechos de tal manera que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, capacidad de observación y competencia específica, pero al mismo tiempo prohíben directamente la actividad pensante del espectador, si éste no quiere perder los hechos que pasan con rapidez ante su mirada. La tensión que se crea es, por cierto, tan automática que no necesita ser actualizada, y sin embargo logra reprimir la imaginación. Quien está absorbido por el universo de la película, por los gestos, la imagen y la palabra, de tal forma que no es capaz de añadir a ese mismo universo aquello sólo por lo cual podría convertirse verdaderamente en tal, no debe por ello necesariamente estar, durante la representación, cogido y ocupado por completo en los efectos particulares de la maquinaria. A partir de todas las demás películas y los otros productos culturales que necesariamente debe conocer, los

esfuerzos de atención requeridos han llegado a ser tan familiares que se dan ya automáticamente. La violencia de la sociedad industrial¹² actúa en los hombres de una vez por todas. Los productos de la industria cultural pueden contar con ser consumidos alegremente incluso en un estado de dispersión. Pero cada uno de ellos es un modelo de la gigantesca maquinaria económica¹³ que mantiene a todos desde el principio en vilo, en el trabajo y en el descanso que se le asemeja. De cada película sonora, de cada emisión de radio, se puede deducir aquello que no podría atribuirse como efecto a ninguno de ellos tomado aisladamente, sino al conjunto de todos ellos en la sociedad. Inevitablemente, cada manifestación particular de la industria cultural hace de los hombres aquello en lo que dicha industria en su totalidad los ha convertido ya. Y todos los agentes de ésta, desde el productor hasta las asociaciones femeninas, velan para que el proceso de la reproducción simple del espíritu no lleve en modo alguno a una reproducción ampliada.

Las quejas de los historiadores de arte y de los abogados de la cultura con respecto a la extinción de la fuerza estilística en Occidente son pavorosamente infundadas. La traducción estereotipada de todo, incluso de aquello que aún no ha sido pensado, en el esquema de la reproductibilidad mecánica supera el rigor y la validez de todo verdadero estilo, con cuyo concepto los antiguos de la cultura idealizan como "orgánico" el pasado precapitalista. Ningún Palestrina habría podido perseguir la disonancia no preparada y no resuelta con el purismo con el que un *arrangeur* de música de jazz elimina hoy toda cadencia que no se adecue perfectamente a su jerga. Si hace una adaptación de Mozart al jazz, no se limita a modificarlo allí donde es excesivamente difícil o serio, sino también donde armonizaba la melocía de forma diversa, incluso sólo de forma más simple, de lo que se usa hoy. Ningún constructor medieval hubiera revisado los temas de las vidrieras de las iglesias y de las esculturas con la desconfianza con la que la jerarquía de los estudios cinematográficos examina un material de Balzac o Victor Hugo antes de que éste obtenga el *imprimatur* que le permita seguir adelante. Ningún capítulo habría asignado a las figuras diabólicas y a las penas de los condenados su justo puesto en el orden del supremo amor con el escrúpulo con el que la dirección de producción se lo asigna a la tortura del héroe o a la falda arremangada de la artista principal en la letanía de la película de éxito. El catálogo expreso e implícito, exotérico y esotérico, de lo prohibido y lo tolerado,¹⁴ llega tan lejos que no sólo delimita el ámbito libre, sino que lo domina y controla por entero. Conforme a él son modelados incluso los detalles mínimos. La industria cultural —como su antitesis, el arte de vanguardia— fija positivamente, mediante sus prohibiciones, su propio lenguaje, con sus sintaxis y su vocabulario. La necesidad permanente de nuevos efectos, que permanecen sin embargo ligados al viejo esquema, no hace más que aumen-

¹² "sociedad industrial" (1944) "maquinaria"

¹³ "gigantesca maquinaria económica" (1964) "gigantesca maquinaria del monopolio"

¹⁴ "tolerado" (1944) "tolerado, que el monopolio utiliza"

tar, como regla adicional, la autoridad de lo tradicional, a la que cada efecto particular quería sustraerse. Todo lo que aparece está tan profundamente marcado con un sello, que al final nada puede darse que no lleve por anticipado la huella de la jerga y que no demuestre ser, a primera vista, aprobado y reconocido. Pero los toreros —en el ámbito de la producción y de la reproducción— son aquellos que hablan la jerga con tanta facilidad, libertad y alegría, como si fuese la lengua que precisamente aquella redujo durante tiempo al silencio. Es el ideal de la naturaleza en la industria, que se afirma tanto más imperiosamente cuanto más la técnica perfeccionada reduce la tensión entre la imagen y la vida cotidiana. La paradoja de la rutina disfrazada de naturaleza se advierte en todas las manifestaciones de la industria cultural, y en muchas de ellas se deja tocar con la mano. Un músico de jazz que tiene que tocar un trozo de música seria, el más simple minuetto de Beethoven, lo snoop involuntariamente y sólo accede, con una sonrisa de superioridad, a tocar las notas preliminares. Esta "naturaleza", complicada por las pretensiones siempre presentes y aumentadas hasta el exceso del medio específico, constituye el nuevo estilo, es decir, "un sistema de la no-cultura, y a ella es a la que cabría conceder incluso una cierta 'unidad de estilo' si es que, claro está, el hablar de una barbarie estilizada tuviese todavía sentido".¹³

La fuerza universalmente vinculante de esta estilización supera ya a la de las prescripciones y prohibiciones oficiosas; hoy se perdona con más facilidad que una canción de moda no se atenga a los treinta y dos compases o al ámbito de la novena que el que esa canción contenga incluso el más secreto detalle melódico o armónico extraño al idioma. Todas las violaciones de los hábitos del oficio cometidas por Orson Welles le son perdonadas, porque ellas —como incorrecciones calculadas— no hacen sino reforzar y confirmar tanto más celosamente la validez del sistema, la obligación del idioma técnicamente condicionado, que actores y directores deben producir como naturaleza para que la nación pueda hacerlo suyo, se refiere a matices tan sutiles que alcanzan casi el refinamiento de los medios de una obra de vanguardia, mediante los cuales ésta, a diferencia de aquéllos, sirve a la verdad. La rara capacidad de cumplir minuciosamente las exigencias del idioma de la naturalidad en todos los sectores de la industria cultural se convierte en medida de la habilidad o competencia. Todo lo que se dice y la forma en que se dice debe poder ser controlado en relación con el lenguaje de la vida ordinaria, como en el positivismo lógico. Los productores son expertos. El idioma exige una fuerza productiva excepcional, que él mismo absorbe y consume enteramente. El idioma ha superado satánicamente la distinción, propia de la teoría conservadora de la cultura, entre estilo auténtico y estilo artificial. Como artificial podría ser definido, a lo sumo, un estilo que fuera impuesto desde fuera a los impulsos resistentes de la forma. En la industria cultural, sin embargo, el material surge, hasta en sus

¹³ F. Nietzsche, *Unzeitgemäße Betrachtungen*, en *Werke*, cit., vol. 1, 187 (trad. cast. de A. Sánchez Pascual, *Consideraciones inoportunas*, I, Alianza, Madrid, 1988, 37).

últimos elementos, del mismo aparato del que brota la jerga en la que se vierte. Las disputas en que entran los especialistas artísticos con los patrocinadores y los censores a propósito de una mentira demasiado increíble no son en realidad testimonio de una tensión estética interna, sino más bien de una divergencia de intereses. La fama del especialista, en la que a veces se refugia un último resto de autonomía objetiva, entra en conflicto con la política comercial de la iglesia o de los grupos que producen la mercancía cultural. Pero la cosa, en su esencia, está ya como aceptable reificada aun antes de que se llegue al conflicto de las instancias. Antes de que Zanuck¹⁴ la comprase, santa Bernardette brillaba en el campo visual de su autor como un anuncio publicitario para todos los consorcios interesados. Eso es lo que queda de los "impulsos autónomos", propios, de la obra. De ahí que el estilo de la industria cultural, que no necesita ya probarse en la resistencia del material, sea al mismo tiempo la negación del estilo. La reconciliación de lo universal y lo particular, de regla y pretensión específica del objeto, en cuya realización precisamente, y sólo en ella, el estilo adquiere contenido, es vana porque no se llega ya a ninguna tensión entre los polos: los extremos que se tocan quedan diluidos en una confusa identidad, lo universal puede sustituir a lo particular, y viceversa.

Con todo, esta caricatura del estilo dice algo sobre el "estilo auténtico" del pasado. El concepto de "estilo auténtico" se revela en la industria cultural como equivalente estético del dominio. La idea del estilo como coherencia puramente estética es una fantasía retrospectiva de los románticos. En la unidad del estilo, no sólo del Medioevo cristiano sino también del Renacimiento, se expresa la estructura diversa de la violencia social, no la oscura experiencia de los dominados, en la que se hallaba encerrado lo universal. Los grandes artistas no fueron nunca quienes encarnaron el estilo del modo más puro y perfecto, sino aquellos que lo acogieron en la propia obra como dureza e intransigencia en contra de la expresión caótica del sufrimiento, como verdad negativa. En el estilo de las obras la expresión adquiriría la fuerza sin la cual la existencia pasaría desapercibida. Incluso aquellas obras tenidas por clásicas, como la música de Mozart, contienen tendencias objetivas que apuntan en una dirección distinta a la del estilo que ellas encarnan. Hasta Schönberg y Picasso, los grandes artistas se han reservado la desconfianza respecto al estilo y se han aterido, en lo esencial, menos a éste que a la lógica del objeto. Lo que expresionistas y dadaístas afirmaban polémicamente, la falsedad del estilo en cuanto tal, triunfa hoy en la jerga de la canción del *crooner*,¹⁵ en la gracia reaimada de las estrellas del cine, incluso en la maestría de la instantánea fotográfica de la miserable diábola del jornalero. En toda obra de arte el estilo es una promesa. En la medida en que lo que se expresa entra, a través del estilo, en las formas dominantes de la universalidad, en el lenguaje musical, pictórico o verbal, debería reconciliarse con la idea de la verdadera universalidad. Esta promesa de la obra

¹⁴ Productor de películas, cofundador de la 20th Century Pictures.

¹⁵ Cantante de canciones sentimentales.

de arte —la de fundar la verdad a través de la inserción de la imagen en las formas socialmente transmitidas— es tan necesaria como hipócrita. Ella pone como absolutas las formas reales de lo existente, al pretender anticipar la plenitud en sus derivados estéticos. En esa medida, la pretensión del arte es también siempre ideología. Sin embargo, sólo en la confrontación con la tradición, que cristaliza en el estilo, halla el arte expresión para el sufrimiento. El elemento de la obra de arte mediante el cual ésta trasciende la realidad es, en efecto, inseparable del estilo; pero no radica en la armonía realizada, en la problemática unidad de forma y contenido, interior y exterior, individuo y sociedad, sino en los rasgos en los que aparece la discrepancia, en el necesario fracaso del apasionado esfuerzo por la identidad. En lugar de exponerse a este fracaso, en el que el estilo de la gran obra de arte se ha visto siempre negado, la obra mediocre ha preferido siempre asemejarse a las otras, se ha contentado con el sustituto de la identidad. La industria cultural, en suma, absolutiza la imitación. Reducida a mero estilo, traiciona el secreto de éste: la obediencia a la jerarquía social. La barbarie estética cumple hoy la amenaza que pesa sobre las creaciones espirituales desde que comenzaron a ser reunidas y neutralizadas como cultura. Hablar de cultura ha estado siempre contra la cultura. El denominador común "cultura" contiene ya virtualmente la captación, la catalogación y clasificación que entregan a la cultura en manos de la administración. Sólo la subsunción industrializada, radical y consecuente, es del todo adecuada a este concepto de cultura. Al subordinar todas las ramas de la producción espiritual de la misma forma al único objetivo de cerrar los sentidos de los hombres, desde la salida de la fábrica por la tarde hasta la llegada, a la mañana siguiente, al reloj de control, con los sellos del proceso de trabajo que ellos mismos deben alimentar a lo largo de todo el día, esa subsunción realiza sarcásticamente el concepto de cultura unitaria, que los filósofos de la personalidad opusieron a la masificación.

De este modo, la industria cultural, el estilo más inflexible de todos, se revela como el objetivo precisamente del liberalismo, al que se le reprocha falta de estilo. No se trata sólo de que sus categorías y contenidos hayan surgido de la esfera liberal, del naturalismo domesticado como de la ópera y de la revista: los modernos *Konzern* culturales constituyen el lugar económico donde, con los correspondientes tipos de empresas, continúa sobreviviendo aún, de momento, la esfera tradicional de la circulación, que se halla en curso de demolición en el resto de la sociedad. Así puede uno aún hacer fortuna, con tal de que no persiga inflexiblemente la propia causa, sino que esté dispuesto a pactar. Lo que se resiste puede sobrevivir sólo en la medida en que se integra. Una vez registrado en sus diferencias por la industria cultural, forma ya parte de ésta como el reformador agrario del capitalismo: la rebelión que tiene en cuenta la realidad se convierte en la etiqueta de quien tiene una nueva idea que aportar a la industria. La esfera pública de la sociedad actual¹⁸ no permite llegar a ninguna acusación perceptible en cuyo

¹⁸ "sociedad actual"/1944: "sociedad del micropollo".

tono los sujetos de oído fino no adviertan ya la gradeza bajo cuyo signo el rebelde se reconcilia con ellos. Cuanto más incommensurable se hace el abismo entre el coro y el vértice, con tanta mayor seguridad habrá puesto en éste para todo el que sepa manifestar su propia superioridad mediante una originalidad bien organizada. Así, en la industria cultural sobrevive también la tendencia del liberalismo a dejar paso libre a sus sujetos más capaces. Abrir hoy camino a estos sujetos destacados es aún la función del mercado —por lo demás ya ampliamente regulado en todo otro sentido—, cuya libertad, incluso en los tiempos de su máximo esplendor, se reducía, en el arte como en cualquier otro ámbito, para aquellos que no eran suficientemente astutos, a la libertad de morir de hambre. No en vano se originó el sistema de la industria cultural en los países industrializados más liberales, lo mismo que ha sido en ellos donde han triunfado todos sus medios característicos, el cine, la radio, el jazz y las revistas ilustradas. Su desarrollo, es verdad, ha brotado de las leyes generales del capital. Gaumont y Pathé,¹⁷ Ullstein y Hugenberg¹⁹ habían seguido, no sin fortuna, la tendencia internacional; la dependencia económica del continente respecto a los Estados Unidos tras la primera Guerra Mundial y la inflación hicieron el resto. Creer que la barbarie de la industria cultural es una consecuencia del "retraso cultural", del atraso de la conciencia americana con respecto al estado de la técnica, es pura ilusión. Era, más bien, la Europa prefascista la que se había quedado por detrás de la tendencia hacia el monopolio cultural. Pero precisamente gracias a este atraso conservaba el espíritu un resto de autonomía, y sus últimos exponentes su existencia, por penosa que ésta fuera. En Alemania, la deficiente penetración de la vida civil por el control democrático había tenido un efecto paradójico. Muchas cosas quedaron al margen del mecanismo de mercado que se había desatado en los países occidentales. El sistema educativo alemán —incluidas las universidades—, los teatros que habían adquirido la función de guías en el plano artístico, las grandes orquestas, los museos, se hallaban bajo protección. Los poderes políticos, Estado y municipios, que habían recibido dichas instituciones como herencia del absolutismo, les habían reservado un trozo de aquella independencia, respecto a las relaciones de dominio consagradas por el mercado, que les había sido concedida, a pesar de todo, por los príncipes y señores feudales hasta bien entrado el siglo XIX. Lo cual reforzó la posición del arte burgués tardío frente al veredicto de la oferta y la demanda y aumentó su resistencia mucho más allá de la protección efectiva. Incluso en el mercado, el homenaje a la calidad no explotable y aún no traducida a valor corriente se transformó en poder de adquisición. Gracias a ello, honrados editores literarios y musicales pudieron cultivar, por ejemplo, autores que no podían aportar mucho más que la estima de los entendidos. Sólo la obligación de inscribirse continuamente, bajo drástica amenaza, como experto estético en la vida de los negocios ha puesto de-

¹⁷ Industria cinematográfica francesa.

¹⁹ Fundador de *Konzern*, editoriales alemanas.

finalmente freno a los artistas. En otro tiempo, éstos firmaban sus cartas, como Kant y Hume, designándose "siervos humildísimos", mientras miraban las bases del trono y el altar. Hoy se tutean con los jefes de Estado y están sometidos, en cualquiera de sus impulsos artísticos, al juicio de sus jefes letrados. El análisis que hizo Tocqueville hace cien años se ha verificado, entretanto, plenamente. Bajo el monopolio privado de la cultura, "la tiranía deja el cuerpo y va derecha al alma. El amo ya no dice 'Pensad como yo o moriréis'. Dice: 'Sois libres de pensar como yo. Vuestra vida, vuestros bienes, todo lo conservaréis, pero a partir de ese día seréis un extraño entre nosotros'".¹⁸ Quien no se adapta es golpeado con una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del solitario. Excluido de la industria, es fácil convencerlo de su insuficiencia. Mientras que hoy, en la producción material, el mecanismo de la oferta y la demanda se halla en vías de disolución, dicho mecanismo actúa en la superestructura como control a favor de los que dominan. Los consumidores son los obreros y empleados, agricultores y pequeños burgueses. La producción capitalista los encadena de tal modo en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece. Pero lo mismo que los dominados se han tomado la moral que les venía de los señores más en serio que estos últimos, así hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito. Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza. El funesto apego del pueblo al mal que se le hace se anticipa a la astucia de las instancias que lo someten. El supera el rigor del *Hays Office*,¹⁹ tal como en las grandes épocas del pasado ha alentado instancias mayores dirigidas contra él mismo, como, por ejemplo, el terror de los tribunales. Él promueve a Mickey Rooney²⁰ contra la trágica Garbo y a Donald Duck contra Betty Boop. La industria se adapta a los deseos por ella misma evocados. Lo que representa un pasivo para una empresa particular que a veces no puede explotar hasta el fin el contrato con una estrella en declive, son costes legítimos para el sistema en su totalidad. Al sancionar astutamente los pedidos de géneros de pacotilla inaugura la armonía total. Pericia y competencia específica son proscritos como presunción de quien se cree superior a los demás, cuando la cultura ha distribuido tan democráticamente sus privilegios entre todos. Frente a la actual tregua ideológica, el conformismo de los consumidores, como la insolencia de la producción que éstos mantienen en vida, adquiere una buena conciencia. Ese conformismo se contenta con la eterna repetición de lo mismo. El principio de "siempre lo mismo" regula también la relación con el pasado. La novedad del estadio de la cultura de masas respecto al estadio liberal tardío consiste justamente en la exclusión de lo nuevo. La máquina rueda sobre el mismo

¹⁸ A. de Tocqueville, *De la Democracia en América*, París, 1864, vol. II, 151; trad. cast. de E. Nolla, *La Democracia en América*, vol. I, Aguilar, Madrid, 1968, 250.

¹⁹ Oficina para la censura voluntaria —N del T. II.— Fue instaurada en Hollywood en 1934.

²⁰ Conocidos artistas de cine, encarnaciones del héroe y del antihéroe.

lugar. Mientras, por una parte, determina ya el consumo, descarta, por otra, lo que no ha sido experimentado como un riesgo. Los cineastas miran con desconfianza todo manuscrito tras el cual no se esconda ya un tranquilizador éxito en ventas. Por eso precisamente se habla siempre de ideas, innovación y sorpresa, de aquello que sea archiconocido y a la vez no haya existido nunca. Para ello sirven el ritmo y el dinamismo. Nada debe quedar como estaba, todo debe transcurrir incesantemente, estar en movimiento. Pues sólo el triunfo universal del ritmo de producción y reproducción mecánica garantiza que nada cambie, que no surja nada sorprendente. Eventuales adiciones al inventario cultural ya experimentado son demasiado arriesgadas, pura especulación. Los tipos formales congelados, como entremés, historia corta, película de tesis, canción de moda, son la media, convertida en normativa y amenazadoramente impuesta al público, del gusto liberal tardío. Los gigantes de las agencias culturales, que armonizan entre sí como sólo un administrador con otro, independientemente de que éste proceda del ramo de la confección o del College,²¹ han depurado y racionalizado desde hace tiempo el espíritu objetivo. Es como si una instancia²² omnipresente hubiese examinado el material y establecido el catálogo oficial de los bienes culturales que presenta brevemente las series disponibles. Las ideas se hallan escritas en el cielo de la cultura, en el que fueron ya dispuestas por Platón, una vez convertidas en entidades numéricas, más aún, en números, fijos e invariables.

La diversión, todos los elementos de la industria cultural, se han dado mucho antes que ésta. Ahora son retomados desde lo alto y puestos a la altura de los tiempos. La industria cultural puede vanagloriarse de haber llevado a cabo con energía y de haber erigido en principio la, a menudo, torpe transposición del arte en la esfera del consumo y de haber liberado a la diversión de sus ingenuidades más molestas y de haber mejorado la confección de las mercancías. Cuanto más total ha llegado a ser, cuánto más despiadadamente ha obligado a todo el que queda fuera de juego o a quebrar o a entrar en la corporación, tanto más fina y elevada se ha vuelto, hasta terminar en una síntesis de Beethoven con el Casino de París.²³ Su triunfo es doble: lo que extingue fuera como verdad, puede reproducirlo a placer en su interior como mentira. El arte "ligero" como tal, la distracción, no es una forma degenerada. Quien lo acusa de traición al ideal de la pura expresión se hace ilusiones sobre la sociedad.²⁴ La pureza del arte burgués, que se hipostasió como reino de la libertad en oposición a la praxis material, fue pagada desde el principio

²¹ "confección o del '1944: 'ramo jurídico de la confección o del... episcopado'".

²² "una instancia omnipresente"/1944: "un Instituto —Episcopado—, no sólo un poco menos omnipotente que el de Radio City" ("Radio City" desde comienzos de los años treinta, expresión que designa una parte del Centro Rockefeller en Nueva York que incluía teatros, estudios radiorfónicos y la Radio City Music Hall).

²³ Sala de música en París, famosa por su suntuosa decoración.

²⁴ "sociedad"/1944: "sociedad de clases".

al precio de la exclusión de la clase inferior, a cuya causa —la verdadera universalidad— el arte sigue siendo fiel justamente liberando de los fines de la falsa universalidad. El arte serio se ha negado a aquellos para quienes la miseria y la opresión de la existencia convierten la seriedad en burla y se sienten contentos cuando pueden emplear el tiempo durante el que no están atados a la cadena en dejarse llevar. El arte ligero ha acompañado como una sombra al arte autónomo. Es la mala conciencia social del arte serio. Lo que éste tuvo que perder de verdad en razón de sus premisas sociales confiere a aquél una apariencia de legitimidad. La escisión misma es la verdad: ella expresa al menos la negatividad de la cultura a la que dan lugar, sumándose, las dos esferas. Y esta antítesis en modo alguno se puede conciliar acogiendo el arte ligero en el serio, o viceversa. Pero esto es justamente lo que trata de hacer la industria cultural. La excentricidad del circo, del museo de cera y del burdel con respecto a la sociedad le fastidia tanto como la de Schönberg y Karl Kraus. Para ello, el músico de jazz Benny Goodman debe actuar con el cuarteto de arco de Budapest, con ritmo más pedante que cualquier clarinetista de orquesta filarmónica, mientras que los integrantes del cuarteto tocan de forma tan lisa y vertical y con la misma melosidad que Guy Lombardo.²⁵ Lo notable no son la crasa incultura, la estupidez o la tosquedad. Los desechos de antaño han sido liquidados por la industria cultural gracias a su misma perfección, a la prohibición y la domesticación del diletantismo, aun cuando ella cometa continuamente gruesos errores, sin los cuales no sería ni siquiera concebible la idea de un nivel sostenido. Pero lo nuevo está en que los elementos irreconciliables de la cultura, arte y diversión, son reducidos, mediante su subordinación al fin, a un único falso denominador: a la totalidad de la industria cultural. Ésta consiste en repetición. El hecho de que sus innovaciones características se reduzcan siempre y únicamente a mejoramientos de la reproducción en masa no es algo ajeno al sistema. Con razón, el interés de innumerables consumidores se aferra a la técnica, no a los contenidos estereotipadamente repetidos, vaciados de significado y ya prácticamente abandonados. El poder social que los espectadores veneran se expresa más eficazmente en la omnipresencia del estereotipo impuesto por la técnica que en las añejas ideologías, a las que deben representar los efímeros contenidos.

Ello no obstante, la industria cultural sigue siendo la industria de la diversión. Su poder sobre los consumidores está mediatizado por la diversión, que al fin es disuelto y anulado no por un mero dictado, sino mediante la hostilidad inherente al principio mismo de la diversión. Dado que la incorporación de todas las tendencias de la industria cultural en la carne y la sangre del público se realiza a través del enteró proceso social, la supervivencia del mercado en este sector actúa promoviendo, ulteriormente dichas tendencias. La demanda no ha sido sustituida aún

por la simple obediencia. Hasta tal punto es esto verdad que la gran reorganización del cine en la víspera de la Primera Guerra Mundial —condición material de su expansión— consistió justamente en la consciente adaptación a las necesidades del público registradas según las entradas de caja, necesidades que en tiempos de los pioneros de la pantalla apenas si se pensaba en tener que tomar en consideración. A los magnates del cine, que hacen siempre la prueba sólo sobre sus propios ejemplos, sus éxitos más o menos fenomenales, y nunca, con toda prudencia, sobre el ejemplo contrario, sobre la verdad, les parece así incluso hoy. Su ideología es el negocio. En ello es verdad que la fuerza de la industria cultural reside en su unidad con la necesidad producida por ella y no en la simple oposición a dicha necesidad, aun cuando esta oposición fuera la de omnipotencia e impotencia. La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío. Es buscada por quien quiere sustraerse al proceso de trabajo mecanizado para poder estar de nuevo a su altura, en condiciones de afrontarlo. Pero, al mismo tiempo, la mecanización ha adquirido tal poder sobre el hombre que disfruta del tiempo libre y sobre su felicidad, determina tan íntegramente la fabricación de los productos para la diversión, que ese sujeto ya no puede experimentar otra cosa que las copias o reproducciones del mismo proceso de trabajo. El supuesto contenido no es más que una pálida fachada; lo que deja huella realmente es la sucesión automática de operaciones reguladas. Del proceso de trabajo en la fábrica y en la oficina sólo es posible escapar adaptándose a él en el ocio. De este vicio adolece, incurablemente, toda diversión. El placer se petrifica en aburrimiento, pues para seguir siendo tal no debe costar esfuerzos y debe por tanto moverse estrictamente en los riles de las asociaciones habituales. El espectador no debe necesitar de ningún pensamiento propio. El producto prescribe toda reacción, no en virtud de su contexto objetivo (que se desmorona en cuanto implica al pensamiento), sino a través de señales. Toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada. Los desarrollos deben surgir, en la medida de lo posible, de la situación inmediatamente anterior, y no de la idea del todo. No hay ninguna acción que ofrezca resistencia al celo infatigable de los colaboradores por extraer de cada escena todo lo que de ella se puede sacar. Al fin aparece como peligroso incluso el esquema, en la medida en que haya instituido un contexto de significado, por muy pobre que sea, allí donde sólo es aceptable la ausencia de sentido. A menudo, a la acción se niega maliciosamente la continuación que los caracteres y la historia, exigían conforme al esquema inicial. En su lugar se elige en cada caso, como paso inmediato, la idea aparentemente más eficaz que los autores han elaborado para la situación dada. Una sorpresa obtusamente inventada irrumpe en la acción cinematográfica. La tendencia del producto a recurrir malignamente al puro absurdo, en el que tuvo parte legítima el arte popular, la farsa y la payasada hasta Chaplin y los hermanos Marx, aparece de modo más evidente en los géneros menos cultivados. Mientras las películas de Greer Garson y Bette Davis extraen aún de la unidad del caso psicológico-social

²⁵ Director de orquesta, conocido sobre todo a través de las transmisiones radiofónicas anuales de la música de fin de año.

algo así como la pretensión de una acción coherente, la tendencia al absurdo se ha impuesto plenamente en el texto de la *novelty song*,²⁷ en el cine policíaco y en los dibujos animados. La idea misma es, como los objetos de lo cómico y de lo horrible, masacrada y despieceada. Las *novelty songs* han vivido siempre del sarcasmo hacia el significado que ellas, en cuanto precursoras y sucesoras del psicoanálisis, reducen a la unidad indiferenciada del simbolismo sexual. En las películas policíacas y de aventuras no se concede hoy ya al espectador asistir a un proceso de ilustración. Debe contentarse, incluso en las producciones no irónicas del género, con el escalofrío de situaciones apenas relacionadas entre sí.

Los dibujos animados fueron una vez exponentes de la fantasía contra el racionalismo. Ellos hicieron justicia a los animales y a las cosas electrizados por su técnica, en la medida en que prestaban a los seres mutilados una segunda vida. Hoy no hacen sino confirmar el triunfo de la razón tecnológica sobre la verdad. Hace algunos años tenían acciones coherentes, que sólo en los últimos minutos se disolvían en el torbellino de la persecución. Su modo de proceder se asemejaba en esto al viejo esquema de la comedia bufonesca. Pero ahora las relaciones temporales se han desplazado. Ya en las primeras secuencias del dibujo animado se anuncia un motivo de la acción para que, en el curso de ésta, se pueda ejercitar sobre él la destrucción: en medio del vocerío del público el protagonista es zarandeado como un harapo. De este modo, la cantidad de la diversión organizada se convierte en la calidad de la crueldad²⁸ organizada. Los censores autodesignados de la industria cinematográfica, unidos a ésta por una afinidad electiva, vigilar, escrupulosamente la duración del²⁹ crimen prolongado como espectáculo divertido de caza. La hilaridad quiebra el placer que podría proporcionar aparentemente la visión del abrazo y posterga la satisfacción hasta el día del pogrom. Si los dibujos animados tienen otro efecto, además del de acostumbrar los sentidos al nuevo ritmo del trabajo y de la vida, es el de martillar en todos los cerebros la vieja sabiduría de que el continuo maltrato, el quebrantamiento de toda resistencia individual, es la condición de vida en esta sociedad. El Pato Donald en los dibujos animados, como los desdichados en la realidad, reciben sus golpes para que los espectadores aprendan a habituarse a los suyos.

El placer en la violencia que se hace al personaje se convierte en violencia contra el espectador, y la distracción se transforma en esfuerzo. Al ojo fatigado no debe escapar nada que los expertos hayan pensado como estimulante: no se debe uno mostrar en ningún momento fingiendo ante la astucia de la representación; es preciso poder seguir en todo el hilo y dar muestras de esa rapidez de reflejos que la representación expone y recomienda. Con lo cual se puede dudar de si la misma industria cultural cumple aún la función de divertir, de la que abiertamente se jacta.

²⁷ Canción de moda con elementos cómicos.

²⁸ "crueldad" / 1944: "placer sanguinario".

²⁹ "del" / 1944: "del beso, pero no la duración del".

Si la mayor parte de las radios y los cines callasen, es sumamente probable que los consumidores no sentirían en exceso su falta. De hecho, el paso de la calle al cine no conduce ya al mundo del sueño, y tan pronto como las instituciones, por el solo hecho de su presencia, dejasen de obligar a usar de ellos, no se manifestaría después un deseo tan fuerte de servirse de ellos.³⁰ Esta clausura de cines y radios no sería, ciertamente, un reaccionario asalto a la máquina. Desilusionados no se sentirían tanto sus entusiastas cuanto aquéllos en los que, por lo demás, todo se venga: los atrasados. Al ama de casa la oscuridad del cine ofrece, a pesar de las películas destinadas a integrarla ulteriormente, un refugio donde puede permanecer en paz, sin ser controlada por nadie, un par de horas, lo mismo que antaño, cuando aún había viviendas y tardes de fiesta, pasaba horas enteras mirando por la ventana. Los desocupados de los grandes centros encuentran fresco en verano y calor en invierno en los locales con temperatura regulada. Pero, fuera de esto, el abultado aparato de la industria de la diversión no hace, ni siquiera en la medida de lo existente, más humana la vida de los hombres. La idea de "agotar" las posibilidades³¹ técnicas dadas, de utilizar plenamente las capacidades existentes para el consumo estético de masas, forma parte del mismo sistema económico que rechaza la utilización de esas capacidades cuando se trata de eliminar el hambre.

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 indefinidamente: la promesa en la que consiste, en último término, el espectáculo deja entender maliciosamente que no se llega jamás a la cosa misma, que el huésped debe contentarse con la lectura de la carta de menús. Al deseo suscitado por los espléndidos nombres e imágenes se le sirve al final sólo el elogio de la rutina cotidiana, de la que aquél deseaba escapar. Tampoco las obras de arte consistían en exhibiciones sexuales. Pero, al representar la privación como algo negativo, revocaban, por así decir, la mortificación del instinto y salvaban —mediatizado— lo que había sido negado. Tal es el secreto de la sublimación estética: representar la plenitud a través de su misma negación. La industria cultural,³² al contrario, no sublima, reprime. 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 desde 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. El *News Office*³³ no hace más que confirmar

³⁰ En el momento histórico en que se expresó este pensamiento la televisión no se había afianzado todavía (N. de J. R.).

³¹ "posibilidades" / 1944: "fuerzas productivas".

³² "industria cultural" / 1944: "cultura de masas".

³³ Véase nota 20 de este ensayo.

el ritual que la industria cultural ha instituido ya por su cuenta: el de Tántalo. Las obras de arte son ascéticas y sin pudor; la industria cultural es pornográfica y floja. Así, ella reduce el amor al romance; y de este modo, reducidas, se dejan pasar muchas cosas, incluso el libertinaje como especialidad corriente, en pequeñas dosis y con la etiqueta de "atrevido". La producción en serie del sexo opera automáticamente su represión. La estrella de cine de la que uno debería enamorarse es, en su ubicuidad, por principio una copia de sí mismo. Toda voz de tenor suena exactamente como un disco de Caruso, y los rostros de las chicas de Texas se asemejan ya, en su estado natural, a los modelos exitosos según los cuales serían clasificados en Hollywood. La reproducción mecánica de lo bello, a la que sirve tanto más ineludiblemente la exaltación reaccionaria de la cultura en su sistemática idolatría de la individualidad, no deja ningún lugar a la inconsciente idolatría a cuyo cumplimiento estaba ligado lo bello. El triunfo sobre lo bello es realizado por el humor, por el placer que se experimenta en el mal ajeno, en cada privación que se cumple. Se ríe del hecho de que no hay nada de qué reírse. La risa, reconciliada o terrible, acompaña siempre al momento en que se desvanece un miedo.²⁴ Ella anuncia la liberación, ya sea del peligro físico, ya de las redes de la lógica. La risa reconciliada resuena como el eco de haber logrado escapar del poder, el terrible vence el miedo alineándose precisamente con las fuerzas que hay que temer. Es el eco del poder como fuerza ineluctable. La broma es un baño reconfortante. La industria de la diversión lo recomienda continuamente. En ella, la risa se convierte en instrumento de estaña a la felicidad. Los momentos de felicidad no la conocen; sólo las operetas y más tarde el cine presentan el sexo con risotadas. Baudelaire, en cambio, tiene tan poco humor como Hölderlin. En la falsa sociedad la risa ha invadido la felicidad como una lepra y la arrastra consigo a su indigna totalidad. Reírse de algo es siempre burlarse, y la vida, que, según Bergson, rompe en ella la corteza endurecida, es en realidad la irrupción de la barbarie: la autoafirmación que en todo encuentro social que se le ofrece se atreve a celebrar su liberación de todo escrúpulo. El colectivo de los que ríen es una parodia de la verdadera humanidad. Son ríotadas, cada una de las cuales se entrega al placer de estar dispuesta a todo a costa de todas las demás y con la mayoría tras de sí. En semejante falsa armonía ofrecen la caricatura de la solidaridad. Lo diabólico en la risa falsa radica justamente en el hecho de que ella parodia eficazmente incluso lo mejor: la reconciliación. El placer, en cambio, es severo: *res seipera tertium gaudium*.²⁵ La ideología de los conventos, según la cual no es la ascetis sino el acto sexual lo que irriplica renuncia a la felicidad accesible, se ve confirmada negativamente por la seriedad del amante que, lleno de presentimientos, hace pender su vida del instante huidizo. La industria cultural pone la renuncia jovial, en el lugar del dolor,

²⁴ Sobre esta doble función de la risa, ver 125 s.

²⁵ Séneca, Carta 22, en *Epistolas a Lucilio*, vol. 1, Reinbek, Hamburg, 1965, 57, trad. cast. de J. Bofill, *La verdadera alegría es austera*, en *Cartas morales a Lucilio*, vol. 1, Berra, Barcelona, 1985, 69.

que está presente tanto en la ebriedad como en la ascetis. La ley suprema es que los que disfrutan de ella no alcancen jamás lo que desean, y justamente con ello deben reír y contentarse. La permanente renuncia que impone la civilización es nuevamente indignada y demostrada a sus víctimas, de modo claro e indefectible, en toda exhibición de la industria cultural. Ofrecer a tales víctimas algo y privarlas de ello es, en realidad, una y la misma cosa. Éste es el efecto de todo el aparato erótico. Justamente porque no puede cumplirse jamás, todo gira en torno al coito. Admitir en una película una relación ilegítima sin que los culpables reciban el justo castigo está marcado por un tabú más rígido que el que el futuro yerno del millonario desarrolle una actividad en el movimiento obrero. En contraste con la era liberal, la cultural industrializada puede, como la fascista, permitirse la indignación frente al capitalismo, pero no la renuncia a la amenaza de castración. Ésta última constituye toda su esencia.²⁶ Ella sobrevive a la relajación organizada de las costumbres frente a los hombres de uniforme en las películas alegres producidas para ellos y finalmente también en la realidad. Lo decisivo hoy no es ya el puritanismo, aun cuando éste continúe haciéndose valer a través de las asociaciones femeninas, sino la necesidad intrínseca al sistema²⁷ de no dejar en paz al consumidor, de no darle ni un solo instante la sensación de que es posible oponer resistencia. El principio del sistema impone presentarle todas las necesidades como susceptibles de ser satisfechas por la industria cultural, pero, de otra parte, organiza con arte esas mismas necesidades de tal forma que en ellas se experimente a sí mismo sólo como eterno consumidor, como objeto de la industria cultural. Ésta no sólo le hace comprender que su engaño es el cumplimiento de lo prometido, sino que además debe contentarse, en cualquier caso, con lo que se le ofrece. La huida de la vida cotidiana que la industria cultural, en todas sus ramas, promete procurar es como el rapto de la hija en la historieta americana: el padre mismo sostiene la escalera en la oscuridad. La industria cultural ofrece como paraíso la misma vida cotidiana de la que se quería escapar. Huida y evasión están destinadas por principio a reconducir al punto de partida. La diversión promueve la resignación que se quisiera olvidar precisamente en ella.

La diversión, liberada enteramente, sería no sólo la antítesis del arte, sino también el extremo que lo toca. El absurdo a la manera de Mark Twain, con el que a veces coquetea la industria cultural americana, podría significar un correctivo del arte. Cuanto más en serio se toma éste su oposición a la realidad existente, tanto más se acerca a la seriedad de lo real, que es su propio opuesto: cuanto más se empeña en desarrollarse puramente a partir de su propia ley formal, tanto mayor es el esfuerzo de comprensión que exige; cuando su fin era justamente negar el peso del esfuerzo y el trabajo. En algunas películas de revista, pero especialmente

²⁶ Cf. Th. W. Adorno, "Über Jazz" (1957), en *Gesammelte Schriften*, vol. 17, Frankfurt a. M., 1982, 98.

²⁷ "intrínseca al sistema" (1964) "dominante en el sociedad del monopolio".

en la farsa y en la *Fummies*,³⁸ centellea por momentos la posibilidad de esta negación. Pero a su realización no se puede llegar. La pura diversión en su lógica, el despreocupado abandono a las más variadas asociaciones y a felices absurdos, están excluidos de la diversión corriente: son impedidos por el sucedáneo de un significado coherente que la industria cultural se obstina en añadir a sus producciones, al mismo tiempo que, haciendo un guiño al espectador, manipula tal significado como simple pretexto para la aparición de las figuras o estrellas. Tramas biográficas y de otro género sirven para unir los trozos de absurdo en una historia imbécil, donde no se oye el tintineo del gorro de cascabeles del loco, sino el manejo de llaves de la razón capitalista, que vincula, incluso en la imagen, el placer a los fines del éxito. Cada beso en la película de revista debe contribuir al éxito del boxeador o de cualquier otro experto en canciones, cuya carrera es justamente exaltada. Por tanto, el engaño no reside en que la industria cultural sirve distracción, sino en que echa a perder el placer al quedar ligada, por su celo comercial, a los clichés de la cultura que se liquida a sí misma. La ética y el buen gusto ponen en entredicho la diversión espontánea e incontrolada por "ingenua" —la ingenuidad está tan mal vista como el intelectualismo— y limitan incluso las potencialidades técnicas. La industria cultural es corrupta, pero no como la Babel del pecado, sino como catedral del placer elevado. En todos sus niveles, desde Hemingway hasta Emil Ludwig,³⁹ desde *Mrs. Miniver*⁴⁰ hasta *Lone Ranger*,⁴¹ desde Toscanini hasta Guy Lombardo,⁴² la mentira habita en un espíritu que el arte y la ciencia reciben ya confeccionado. La huella de algo mejor la conserva la industria cultural en los rasgos que la aproximan al circo, en el atrevimiento obstinado e insensato de los acróbatas y payasos, en la "defensa y justificación del arte corporal frente al espiritual".⁴³ Pero los últimos refugios de este virtuosismo sin alma, que representa a lo humano frente al mecanismo social, son despiadadamente liquidados por una razón planificadora que obliga a todo a declarar su significado y función para legitimarse. Ella hace desaparecer abajo lo que carece de sentido de forma tan radical como arriba el sentido de las obras de arte.

La actual fusión de cultura y entretenimiento no se realiza sólo como devaluación de la cultura, sino también como espiritualización forzada de la diversión. Lo cual se hace evidente ya en el hecho de que se asiste a ella sólo indirectamente, en la reproducción, a través de la fotografía del cine y de la grabación radiofónica. En la época de la expansión liberal la diversión vivía de la fe en el futuro: todo seguiría así y, no obstante, iría a mejor. Hoy la fe vuelve a espiritualizarse, se hace

³⁸ Páginas de entretenimiento con chistes y tiras de cómics en periódicos.

³⁹ Autor, sobre todo, de biografías populares.

⁴⁰ Figura titular de una serie familiar radiofónica, llevada también al cine.

⁴¹ Figura titular de una serie radiofónica del oeste, tipo del vaquero que lucha solitario en favor del bien, llevada también al cine.

⁴² Ver nota 26 en p. 250.

⁴³ Frank Wedekind, *Gesammelte Werke*, München, 1921, vol. II, 426.

tan sutil que pierde de vista toda meta y queda reducida al fondo dorado que se proyecta detrás de lo real. Ella se compone de los acentos de valor, con los que, en perfecto acuerdo con la vida misma, son investidos una vez más en el espectáculo el chico bien puesto, el ingeniero, la muchacha dinámica, la falta de escrúpulos disfrazada de carácter, los intereses deportivos y, finalmente, los coches y los cigarrillos, incluso cuando el espectáculo no se hace a cargo de la publicidad de sus directos productores, sino a cargo del sistema en su totalidad. La diversión misma se alinea entre los ideales, ocupa el lugar de los valores más elevados, que ella misma expulsa definitivamente de la cabeza de las masas repitiéndolos de forma aún más estereotipada que las frases publicitarias costeadas por instancias privadas. La interioridad, la forma subjetivamente limitada de la verdad, estuvo siempre sometida, más de lo que ella imaginaba, a los señores externos. La industria cultural termina por reducirla a mentira patente. Ya sólo se la experimenta como palabrería que se acepta como añadido agradable en los éxitos de ventas religiosos, en las películas psicológicas y en los *women serials*,⁴⁴ para poder dominar con mayor seguridad los propios impulsos humanos en la vida real. En este sentido, la diversión realiza la purificación de los afectos que Aristóteles atribuía ya a la tragedia y Mortimer Adler⁴⁵ asigna de verdad al cine. Al igual que sobre el estilo, la industria cultural descubre la verdad sobre la catarsis.

Cuanto más sólidas se vuelven las posiciones de la industria cultural, tanto más brutal y sumariamente puede permitirse proceder con las necesidades de los consumidores, producirlas, dirigir las, disciplinarlas, suprimir incluso la diversión: para el progreso cultural no existe aquí límite alguno. Pero la tendencia a ello es immanente al principio mismo de la diversión, en cuanto burgués e ilustrado. Si la necesidad de diversión era producida en gran medida por la industria que hacía publicidad, a los ojos de las masas, de la obra mediante el sujeto, de la oleografía mediante el exquisito bocado reproducido y, viceversa, del polvo de natillas mediante la reproducción de las natillas mismas, siempre se ha podido advertir en la diversión el tono de la manipulación comercial, el discurso de venta, la voz del vendedor de feria. Pero la afinidad originaria entre el negocio y la diversión aparece en el significado mismo de esta última: en la apología de la sociedad. Divertirse significa estar de acuerdo. Es posible sólo en cuanto se aísla y separa de la totalidad del proceso social, en cuanto se hace estúpida y renuncia absurdamente desde el principio a la pretensión ineludible de toda obra, incluso de la más insignificante, de reflejar, en su propia limitación, el todo. Divertirse significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor, incluso allí donde se muestra. La impotencia está en su base. Es, en verdad, huida, pero no, co-

⁴⁴ Femeninas en revistas femeninas.

⁴⁵ Popular filósofo agnostico que defendió el cine con argumentos tomados de la filosofía escolástica. N. del T. H. Ver, al respecto, también M. Hörckheimer, "Neue Kunst und Massenkultur", en *Gesammelte Schriften*, vol. 4.

no se afirma, huida de la mala realidad, sino del último pensamiento de resistencia que esa realidad haya podido dejar aún. La liberación que promete la diversión, es liberación del pensamiento en cuanto negación. La insolencia de la exclamación retórica: "Ay que ver, lo que la gente quiere!", consiste en que se remite, como a sujetos pensantes, a las mismas personas a las que la industria cultural tiene como tarea alienarlas de la subjetividad. Incluso allí donde el público da muestras alguna vez de rebelarse contra la industria cultural, se trata sólo de la pasividad, hecha coherente, a la que ella lo ha habituado. No obstante, la tarea de mantenerlo a raya se ha hecho cada vez más difícil. El progreso en la estupidez no puede quedar detrás del progreso de la inteligencia. En la época de la estadística las masas son demasiado maliciosas como para identificarse con el millonario de la pantalla, y al mismo tiempo demasiado cortas de inteligencia como para permitirse la más mínima desviación respecto a la ley de los grandes números. La ideología se esconde en el cálculo de probabilidades. No a todos debe llegar la fortuna, sino sólo a aquel que saca el número premiado; o más bien a aquel que ha sido designado por un poder superior, normalmente por la misma industria de la diversión, que es presentada como incesantemente en busca de un afortunado. Los personajes descubiertos por los pescadores de talento y lanzados luego a lo grande por el estudio cinematográfico son los "tipos ideales" de la nueva clase media dependiente. La pequeña estrella debe simbolizar a la empleada, pero de tal forma que para ella, a diferencia de la verdadera empleada, el abrigo de noche parezca hecho a medida. De ese modo, la estrella no sólo encarna para la espectadora la posibilidad de que también ella pudiera aparecer un día en la pantalla, sino también, y con mayor nitidez, la distancia que las separa. Sólo a una le puede tocar la suerte, sólo uno es famoso, y, pese a que todos tienen matemáticamente la misma probabilidad, ésta es para cada uno tan mínima que hará bien en cancelarla enseguida y alegrarse en la suerte del otro, que bien podría ser él mismo y, que, con todo, nunca lo es. Donde la industria cultural invita aún a una ingenua identificación, ésta se ve rápidamente desmentida. Nadie puede ya perderse. En otro tiempo, el espectador de cine veía su propia boca en la del otro. Ahora, los personajes felices de la pantalla son ejemplares de la misma especie que cualquiera del público, pero justamente en esta igualdad queda establecida la separación insuperable de los elementos humanos. La perfecta semejanza es la absoluta diferencia. La identidad de la especie prohíbe la identidad de los casos individuales. La industria cultural⁶⁶ ha realizado malignamente al hombre como ser genérico. Cada uno es sólo aquello en virtud de lo cual puede sustituir a cualquier otro: fungible, un ejemplar. El mismo, en cuanto individuo, es lo absolutamente sustituable, la pura nada, y eso justamente es lo que empieza a experimentar tan pronto como, con el tiempo, llega a perder la semejanza. Con ello se modifica la

⁶⁶ "La industria cultural"/1944: "El monopolismo"

estructura interna de la religión del éxito, a la que, no obstante, se sigue aferrado. En lugar del camino *per aspera ad astra*, que implica necesidad y esfuerzo, se impone más y más el premio. El elemento de ceguera en la decisión común y rutinaria sobre qué canción podrá convertirse en canción de éxito, o sobre qué comparsa podrá figurar como heroína, es celebrado por la ideología. Las películas subrayan el azar. Al imponer la ideología la esencial igualdad de sus caracteres —con la excepción del infame— hasta llegar a la exclusión de las fisionomías repugnantes (aquéllas, por ejemplo, como la de la Garbo, a las que no parece que se pueda saludar con un simple "bello sister"), hace de momento la vida más fácil para los espectadores. Se les asegura que no necesitan ser distintos de lo que son y que también ellos podrían ser igualmente afortunados, sin que se pretenda de ellos aquello para lo que se saben incapaces. Pero al mismo tiempo se les hace entender que tampoco el esfuerzo vale para nada, porque incluso la felicidad burguesa no tiene ya relación alguna con el efecto calculable de su propio trabajo. Y ellos lo entienden. En el fondo, todos comprenden el azar, por el que uno hace fortuna, como la otra cara de la planificación.⁶⁷ Justamente porque las fuerzas de la sociedad han alcanzado ya un grado tal de racionalidad que cualquiera podría ser un ingeniero o un gestor, resulta por completo irracional sobre quién la sociedad decide invertir la preparación y la confianza para tales funciones. Azar y planificación se vuelven idénticos, pues, ante la igualdad de los hombres, la felicidad o infelicidad del individuo singular, hasta los que ocupan el vértice de la pirámide, pierde toda significación económica. El azar mismo es planificado: no que recaiga sobre este o aquel determinado individuo, sino, justamente, que se crea en su gobierno. Eso sirve de coartada para los planificadores y suscita la apariencia de que la red de transacciones y medidas en que ha sido transformada la vida⁶⁸ deja aún lugar para relaciones inmediatas y espontáneas entre los hombres. Semejante libertad es simbolizada en los diferentes medios de la industria cultural por la selección arbitraria de casos ordinarios. En los detallados informes de los semanarios sobre el modesto, pero espléndido, cruceo del afortunado (por lo general, una mecanógrafa que acaso ganó el concurso gracias a sus relaciones con los magnates locales), se refleja la impotencia de todos. Son hasta tal punto mero material que los detentadores del poder⁶⁹ pueden⁷⁰ acoger a uno en su cielo y luego expulsarlo de allí nuevamente: sus derechos y su trabajo no valen para nada. La industria⁷¹ está interesada en los hombres sólo en cuanto clientes y empleados suyos y, en efecto, ha reducido a la humanidad en general y a cada uno de sus elementos en particular a esta fórmula que todo lo agota. Según qué aspecto

⁶⁷ "planificación"/1944: "planificación del monopolio"

⁶⁸ "ha sido... la vida"/1944: "el monopolio ha transformado la vida"

⁶⁹ "los detentadores del poder"/1944: "el monopolio"

⁷⁰ "pueden"/1944: "puede"

⁷¹ "la industria"/1944: "El monopolio"

es determinante en cada caso, en la ideología se subraya la planificación o el azar, la técnica y la vida, la civilización o la naturaleza. En cuanto empleados, se les llama la atención sobre la organización racional y se les exhorta a incorporarse a ella con sano sentido común. Como clientes, en cambio, se les presenta a través de episodios humanos privados, en la pantalla o en la prensa, la libertad de elección y la atracción de lo que no ha sido aún clasificado. En cualquiera de los casos, ellos no dejan de ser objetos.

Cuando menos tiene la industria cultural que prometer, cuanto menos es capaz de mostrar la vida como llena de sentido, tanto más vacía se vuelve necesariamente la ideología que ella difunde. Incluso los abstractos ideales de la armonía y la bondad de la sociedad son, en la época de la publicidad universal, demasiado concretos. Pues se ha aprendido a identificar como publicidad justamente los conceptos abstractos. El lenguaje que se remite sólo a la verdad no hace sino suscitar la impaciencia de llegar rápidamente al fin comercial que se supone persigue en la práctica. La palabra que no es medio o instrumento aparece sin sentido; la otra, como ficción o mentira. Los juicios de valor son percibidos como anuncios publicitarios o como mera palabrería. Pero la ideología, llevada así a la vaguedad y a la falta de compromiso, no se hace por ello más transparente, ni tampoco más débil. Precisamente su vaguedad, su aversión casi científica a comprometerse con algo que no pueda ser verificado, sirve eficazmente de instrumento de dominio. Ella se convierte en la proclamación enérgica y sistemática de lo que existe. La industria cultural tiende a presentarse como un conjunto de proposiciones protocolarias y así justamente como profeta irrefutable de lo existente. Ella se mueve con extraordinaria habilidad entre los escollos de la falsa noticia identificable y de la verdad manifiesta, repitiendo fielmente el fenómeno con cuyo espesor se impide el conocimiento y erigiendo como ideal el fenómeno en su continuidad omnipresente. La ideología se escinde en la fotografía de la terca realidad y en la pura mentira de su significado, que no es formulada explícitamente, sino sólo sugerida e inculcada. Para demostrar la divinidad de lo real no se hace más que repetirlo cínicamente hasta el infinito. Esta prueba fotológica²² no es, ciertamente, concluyente, sino avasalladora. Quien ante la potencia de la monotonía aún duda, es un loco. La industria cultural es capaz de rechazar tanto las objeciones contra ella misma como las dirigidas contra el mundo que ella duplica intencionalmente. Se tiene sólo la alternativa de colaborar o de quedar aparte: los provincianos, que en contra del cine y la radio recurren a la eterna belleza y al teatro de aficionados, están políticamente ya en el punto hacia donde la cultura de masas está empujando ahora a los suyos. Esta es lo suficientemente fuerte como para burlarse y servirse de los mismos sueños de antaño, el ideal del padre o el sentimiento incondicionado, como ideología según la necesidad. La nueva ideología

tiene al mundo en cuanto tal como objeto. Ella adopta el culto del hecho en cuanto se limita a elevar la mala realidad, mediante la exposición más exacta posible, al reino de los hechos. Mediante esta transposición, la realidad misma se convierte en sucedáneo del sentido y del derecho. Bello es todo lo que la cámara reproduce. A la esperanza frustrada de poder ser la empleada a quien toca en suerte el viaje alrededor del mundo corresponde la visión frustrante de los lugares fielmente fotografiados a través de los cuales podría haber conducido el viaje. Lo que se ofrece no es Italia, sino la prueba visible de que existe. El cine puede permitirse mostrar a París, donde la joven norteamericana piensa realizar sus sueños, en la desolación más completa, para empujarla tanto más inexorablemente a los brazos del joven elegante americano, a quien podría haber conocido en su propia casa. Que la cosa siga adelante, que el sistema, incluso en su última fase, reproduzca la vida de aquellos que lo componen, en lugar de eliminarlos de inmediato, se convierte en algo que se le adjudica, encima, como mérito y sentido. Continuar y seguir adelante en general se convierte en justificación de la ciega permanencia del sistema, incluso de su inmutabilidad. Sano es aquello que se repite, el ciclo, tanto en la naturaleza como en la industria. Eternamente gesticulan las mismas criaturas en las revistas, eternamente golpea la máquina de jazz. Pese a todo el progreso en la técnica de la representación, de las reglas y las especialidades, pese a todo agitado afanarse, el pan con el que la industria cultural alimenta a los hombres sigue siendo la piedra del estereotipo. La industria cultural vive del ciclo, de la admiración, ciertamente fundada, de que las madres sigan a pesar de todo engendrando hijos, de que las ruedas continúen girando. Lo cual sirve para endurecer la inmutabilidad de las relaciones existentes. Los campos en que ondean espigas de trigo en la parte final de *El gran dictador* de Chaplin desmenten el discurso antifascista a favor de la libertad. Esos campos se asemejan a la rubia cabellera de la muchacha alemana cuya vida en el campo bajo el viento de verano es fotografiada por la UFA.²³ La naturaleza, al ser captada y valorada por el mecanismo social de dominio como antítesis saludable de la sociedad, queda justamente absorbida y encuadrada en la sociedad incurable. La aseveración visual de que los árboles son verdes, de que el cielo es azul y las nubes pasan, hace de estos elementos criptogramas de chimeneas de fábricas y de estaciones de servicio. Y viceversa, las ruedas y los componentes de las máquinas deben brillar de forma expresiva, degradados a meros exponentes de esa alma vegetal y etérea. De este modo, la naturaleza y la técnica son movilizadas contra el moho, la falseada imagen conmemorativa de la sociedad liberal, en la que, según parece, se giraba en sofocantes cuartos cubiertos de felpa, en lugar de tomar, como se hace hoy, baños asexuales al aire libre, o se sufrían continuamente averías en un Mercedes antediluviano en lugar de ir, a la velocidad de un cohete, desde el lugar donde se está a otro

²² Alusión a las diferentes pruebas filosófico-teológicas —ontológica, cosmológica, etc.— de la existencia de Dios.

²³ *Ufa-Film AG*, productora cinematográfica alemana, creó con apoyo estatal en 1919

que en el fondo no es diferente. El triunfo del *Konzern* gigantesco⁵⁴ sobre la iniciativa privada es celebrado por la industria cultural como eternidad de la iniciativa privada. Se combate al enemigo ya derrotado, al sujeto pensante.⁵⁵ La resurrección de la comedia antifilista *Hans Sonnenstücker*⁵⁶ en Alemania y el placer de ver *Life with father*⁵⁷ son de la misma índole.

Hay algo en lo que, sin duda, la ideología sin contenido no permite la broma: la previsión social. "Ninguno tendrá frío ni hambre; quien no obstante lo haga, terminará en un campo de concentración": este lema chistoso, proveniente de la Alemania nazi, podría figurar como máxima en todos los portales de la industria cultural. Presupone, con astuta ingenuidad, el estado que caracteriza a la sociedad más reciente.⁵⁸ Ésta sabe descubrir perfectamente a los suyos. La libertad formal de cada uno está garantizada. Oficialmente, nadie debe rendir cuentas⁵⁹ sobre lo que piensa. A cambio, cada uno está desde el principio encerrado en un sistema de iglesias, círculos, asociaciones profesionales y otras relaciones, que constituyen el instrumento más sensible de control social. Quien no se quiera amoldar, debe imaginárselas para no resultar demasiado ligero en la balanza graduada de dicho sistema. De otro modo pierde terreno en la vida y termina por hundirse. El hecho de que en toda carrera, pero especialmente en las profesiones liberales, los conocimientos específicos del ramo se hallen por lo general relacionados con una actitud conformista, puede suscitar fácilmente la ilusión de que ello es debido sólo y exclusivamente a los mismos conocimientos específicos. En realidad, forma parte de la planificación irracional de esta sociedad el que ella reproduzca, en cierto modo, sólo la vida de los que le son fieles. La escala de los niveles de vida corresponde exactamente a la cohesión interna de las clases de los individuos con el sistema. Se puede confiar en el gestor, y fiel es aun también el pequeño empleado Dagwood,⁶⁰ tal como vive en las historietas cómicas y en la realidad. Quien tiene hambre y frío, aun cuando una vez haya tenido buenas perspectivas, está marcado. Es un marginado, y ser marginado es, exceptuando, a veces, los delitos de sangre, la culpa más grave. En el cine se convierte, en el mejor de los casos, en un individuo original, objeto de humor pérfidamente indulgente; pero, las más de las veces, en el villano, a quien delata como tal su primera aparición en escena mucho antes de que la acción lo demuestre de hecho, a fin de que ni siquiera temporalmente pueda surgir el error de pensar que la sociedad se vuelve contra los hom-

⁵⁴ "Konzern gigantesco" / 1944: "monopolio".

⁵⁵ "el sujeto pensante" / 1944: "el liberalismo".

⁵⁶ *Hans Sonnenstücker: Hüttenfabrik. Ein helles Trauerspiel*. Guion radiofónico de Paul Ape (1931), edición de Gert Gröndgens (1957).

⁵⁷ Aparición serie radiofónica familiar americana, inspirada en la pieza teatral de Clarence Day.

⁵⁸ "sociedad más reciente" / 1944: "sociedad del monopolio".

⁵⁹ "la libertad formal... rendir cuentas" / 1944: "La democracia burguesa garantiza la libertad formal de cada uno. Nadie debe rendir cuentas al gobierno sobre".

⁶⁰ Figura de la serie de cómics *Blondie*.

bres de buena voluntad. En realidad, hoy se⁶¹ cumple una especie de estado de bienestar a un nivel superior. Para salvaguardar las propias posiciones se mantiene en vida una economía en la cual, gracias a una técnica extremadamente desarrollada, las masas del propio país resultan ya, por principio, superfluas para la producción. Los trabajadores, que son los que realmente alimentan a los demás, aparecen en la ilusión ideológica como alimentados por los dirigentes de la economía,⁶² que son, en verdad, los alimentados. La situación del individuo se hace, con ello, precaria. En el liberalismo el pobre pasaba por holgazán; hoy resulta automáticamente sospechoso. Aquél a quien no se provee de algún modo fuera está destinado a los campos de concentración, en todo caso al infierno del trabajo más bajo y de los suburbios. La industria cultural, sin embargo, refleja la asistencia⁶³ positiva y negativa a los administrados como solidaridad inmediata de los hombres en el mundo de los fuertes y capaces. Nadie es olvidado, por doquier hay vecinos, asistentes sociales, individuos al estilo del Dr. Gillespie y filósofos a domicilio con el corazón al lado derecho, que, con su afable intervención de individuo a individuo, hacen de la miseria socialmente reproducida y perpetuada casos individuales curables, siempre que no se oponga a ello la depravación personal de los afectados. El cuidado de las buenas relaciones entre los dependientes, promovido por la ciencia empresarial y practicado en toda fábrica a fin de lograr el aumento de la producción, pone hasta el último impulso privado bajo control social, justamente mientras que, en apariencia, hace inmediatas y reprivatiza las relaciones de los hombres en la producción. Semejante ayuda invernal aritmética⁶⁴ arroja su sombra reconciliadora sobre las bandas visuales y sonoras de la industria cultural mucho antes de salir de la fábrica para expandirse totalitariamente sobre toda la sociedad. Pero los grandes socorredores y benefactores de la humanidad, cuyos trabajos científicos deben presentar los autores de los guiones cinematográficos como actos de piedad, desempeñan el papel de guías de los pueblos que al final decretan la abolición de la piedad y saben prevenir todo contagio una vez se ha liquidado hasta el último paralítico.

La insistencia en el buen corazón es la forma en que la sociedad confiesa el daño que ella misma produce: todos saben que en el sistema no pueden ya ayudarse a sí mismos, y la ideología debe rendir cuenta de este hecho. Lejos de limitarse a cubrir el sufrimiento bajo el velo de una solidaridad improvisada, la industria cultural pone todo su honor empresarial en mirado virilmente a la cara y en admitirlo conservando con esfuerzo su compostura. El *pathos* de la compostura justifica al mundo que la hace necesaria. Así es la vida, tan dura, pero por

⁶¹ "hoy se" / 1944: "el monopolio".

⁶² "dirigentes de la economía" / 1944: "monopolistas".

⁶³ "asistencia" / 1944: "asistencia... del monopolio".

⁶⁴ Ópera de ayuda invernal, organización nacionalsocialista de apoyo a los parados y otros necesitados bajo la dirección del Ministerio para la Propaganda.

ello mismo también tan maravillosa, tan sana. La mentira no retrocede ante la tragedia. Así como la sociedad total no elimina el sufrimiento de sus miembros, sino que más bien lo registra y planifica, de igual forma procede la cultura de masas con la tragedia. De ahí los insistentes préstamos tomados del arte. Éste brinda la sustancia trágica que la pura diversión no puede proporcionar por sí misma, pero que sin embargo necesita si quiere mantenerse de algún modo fiel al postulado de reproducir exactamente el fenómeno. La tragedia, reducida a momento previsto y consagrado del mundo, se convierte en bendición de este último. Ella sirve para proteger de la acusación de que no se toma la verdad suficientemente en serio, mientras que en cambio se la apropia con cínicas lamentaciones. La tragedia hace interesante el aburrimiento de la felicidad censurada y pone lo interesante al alcance de todos. Ofrece al consumidor que ha conocido culturalmente mejores días el sucedáneo de la profundidad hace tiempo liquidada, y al espectador normal, las escorias culturales de las que debe disponer por razones de prestigio. A todos concede el consuelo de que también⁶⁵ es posible aún el destino humano fuerte y auténtico y de que su representación incondicionada resulta inevitable. La existencia compacta y sin lagunas, en cuya reproducción se resuelve hoy la ideología, aparece tanto más grandiosa, magnífica y potente cuanto más profundamente se da mezclada con el sufrimiento necesario. Tal realidad adopta el aspecto del destino. La tragedia es reducida a la amenaza de aniquilar a quien no colabore, mientras que su significado paradójico consistía en otro tiempo en la resistencia desesperada a la amenaza mítica. El destino trágico se convierte en el castigo justo, como era desde siempre el ideal de la estética burguesa. La moral de la cultura de masas es la moral "rebajada" de los libros infantiles de ayer. Así, en la producción de primera calidad lo malo se halla personificado en la histérica que, en un estudio con pretensiones de exactitud clínica, busca engañar a su rival, más realista, respecto del bien de su vida y encuentra en tal empresa una muerte para nada teatral. Presentaciones tan científicas se encuentran sólo en el vértice de la producción. Más abajo, los gastos son considerablemente menores. Ahí, la tragedia es domesticada sin necesidad de recurrir a la psicología social. Como toda concreta húngaro-vienesá que se preclara debía tener en su segundo acto un final trágico, que no dejaba al tercero más que la aclaración de los malentendidos, así la industria cultural asigna a lo trágico su lugar preciso en la rutina. Ya la notoria existencia de la receta basta para calmar el temor de que lo trágico escape al control. La descripción de la fórmula dramática por parte de aquella ama de casa: "meterse en los líos y salir a flote", define la entera cultura de masas, desde el *women serial*⁶⁶ más idiota hasta la obra cumbre. Incluso el peor de los finales, que en otro tiempo tenía mejores intenciones, confirma el orden y falsifica el elemento trágico, ya sea que la amante ilegítima pague con la muerte su breve felicidad, ya sea que

el triste final en las imágenes haga brillar con mayor luminosidad la indestructibilidad de la vida real. El cine trágico se convierte efectivamente en un instituto de perfeccionamiento moral. Las masas desmoralizadas por la existencia bajo la coerción del sistema,⁶⁷ que demuestran estar civilizadas sólo en comportamientos automáticos y forzados que dejan translucir por doquier rebeldía y furor, deben ser disciplinadas por el espectáculo de la vida inexorable y por el comportamiento ejemplar de las víctimas. La cultura ha contribuido siempre a domar y controlar los instintos, tanto los revolucionarios como los bárbaros. La cultura industrializada hace aún algo más. Ella enseña e inculca la condición que es preciso observar para poder tolerar de algún modo esta vida despiadada. El individuo debe utilizar su disgusto general como impulso para abandonarse al poder colectivo, del que está harto. Las situaciones permanentemente desesperadas que afligen al espectador en la vida diaria se convierten en la reproducción, sin saber cómo, en garantía de que se puede continuar viviendo. Basta tomar conciencia de la propia nulidad, suscribir la propia derrota, y ya se ha comenzado a formar parte. La sociedad es una sociedad de desesperados y por tanto una presa de los *Rackets*.⁶⁸ En algunas de las más significativas novelas alemanas del prefascismo, como *Berlin Alexanderplatz*⁶⁹ y *Kleiner Mann, was nun?*,⁷⁰ esta tendencia se manifestaba con tanto vigor como en las películas corrientes y en la técnica del jazz. En todos los casos se trata siempre, en el fondo, de la burla que se hace a sí mismo el varón. La posibilidad de convertirse en sujeto económico, en empresario o propietario, ha desaparecido definitivamente. Descendiendo hasta la última quiescencia, la empresa independiente, en cuya dirección y herencia se había fundado la familia burguesa y la posición de su jefe, ha caído en una dependencia sin salida. Todos se convierten en empleados, y en la civilización de los empleados cesa la dignidad, ya de por sí problemática, del padre. El comportamiento del individuo con respecto al *Racket* —ya sea negocio, profesión o partido, ya sea antes o después de la admisión—, lo mismo que la mímica del jefe ante las masas o la del amante frente a la mujer a la que corteja, adopta rasgos típicamente masoquistas. La actitud a la que cada uno se ve obligado para demostrar siempre de nuevo su idoneidad moral en esta sociedad hace pensar en aquellos adolescentes que, en el rito de admisión en la tribu, se mueven en círculo, con una sonrisa estereotipada, bajos los golpes regulares del sacerdote. La existencia en el capitalismo tardío es un rito permanente de iniciación. Cada uno debe demostrar que se identifica sin reservas con el poder que le golpea. Ello está en el principio de la síncope del jazz, que se burla de los traspés y al mismo tiempo los eleva a norma. La voz de canuco del que cantorea en la radio, el elegante galán de la heredera que cae con su batín

⁶⁵ También/1944: "también bajo el monopolio".

⁶⁶ Cf. Noes 44 en p. 257.

⁶⁷ "coerción del sistema"/1944: "monopolio".

⁶⁸ Grupos de extorsión de dinero.

⁶⁹ De Alfred Döblin.

⁷⁰ De Hans Fallada.

a la piscina, son ejemplos para los hombres, que deben convertirse en aquello a lo que los pliega el sistema.⁷¹ Cada uno puede ser como la sociedad omnipotente, cada uno puede llegar a ser feliz con tal de que se entregue sin reservas y de que renuncie a su pretensión de felicidad. En la debilidad de cada uno reconoce la sociedad su propia fortaleza y le cede una parte de ella. Su falta de resistencia lo califica como miembro de confianza. De este modo es eliminada la tragedia. En otro tiempo, la oposición del individuo a la sociedad constituía su sustancia. Ésta exaltaba "el valor y la libertad de ánimo frente a un enemigo poderoso, a una adversidad superior, a un problema inquietante".⁷² Hoy la tragedia se ha disuelto en la nada de aquella falsa identidad de sociedad y sujeto, cuyo horror brilla aún fugazmente en la vacía apariencia de lo trágico. Pero el milagro de la integración, el permanente acto de gracia de los que detentan el poder⁷³ de acoger al que no opone resistencia y se traga su propia insubordinación, significa⁷⁴ el fascismo. Éste relampaguea en la humanidad con la que Döblin permite refugiarse a su personaje Biberkopf, como en las películas de inspiración social. La capacidad de escurrirse y esconderse, de sobrevivir a la propia ruina —capacidad por la que es superada definitivamente la tragedia— es la capacidad de la nueva generación. La nueva generación está en grado de realizar cualquier trabajo porque el proceso laboral no los ata a ningún trabajo concreto. Ello recuerda la triste ductilidad del soldado reconvertido, al que no le iba nada en la guerra, o del trabajador ocasional, que termina por entrar en las federaciones y organizaciones paramilitares. La liquidación de lo trágico confirma la liquidación del individuo.

En la industria cultural el individuo es ilusorio no sólo debido a la estandarización de sus modos de producción. El individuo es tolerado sólo en cuanto su identidad incondicionada con lo universal se halla fuera de toda duda. La pseudoindividualidad domina por doquier, desde la improvisación regulada del jazz hasta la personalidad original del cine, que debe tener un tupé sobre los ojos para ser reconocida como tal. Lo individual se reduce a la capacidad de lo universal de marcar lo accidental de tal modo que pueda ser reconocido como lo que es. Justamente el obstinado mutismo o la presentación elegida por el individuo expuesto en cada caso son producciones en serie como los castillos de Yale,⁷⁵ que se distinguen entre sí por fracciones de milímetro. La peculiaridad del *si mismo* es un bien monopolista socialmente condicionado, presentado falsamente como natural. Se reduce al bigote, al acento francés, a la voz ronca y profunda de la mujer de la vida, al *Lubitsch touch*: meras impresiones digitales sobre los carnets de

⁷¹ "Sistema" /1944: "monopolio".

⁷² Nietzsche, *Übermenschlichkeit*, in *Werke*, ed. vol. VII, 136; trad. Cast. De A. Sánchez Pascual, *Obras de los filósofos*, Alianza, Madrid, 1975, 102.

⁷³ "los que detentan el poder" /1944: "monopolio".

⁷⁴ "significa" /1944: "mancha".

⁷⁵ Yale: nombre de un marca.

identidad, por lo demás iguales, en que se transforman la vida y los rostros de todos los individuos —desde la estrella de cine hasta el último preso— ante el poder del universal. La pseudoindividualidad constituye la premisa indispensable del control y de la neutralización de lo trágico: sólo gracias a que los individuos no son en efecto tales, sino simples puntos de cruce de las tendencias del universal, es posible reabsorberlos íntegramente en la universalidad. La cultura de masas desvela así el carácter ficticio que la forma del individuo ha tenido siempre en la época burguesa, y su error consiste solamente en vanagloriarse de esta turbia armonía entre universal y particular. El principio de la individualidad ha sido contradictorio desde el comienzo. Ante todo, no se ha llegado jamás a una verdadera individuación. La forma de autoconservación propia de la sociedad de clases ha mantenido a todos en el estadio de puros seres genéricos. Todo carácter burgués⁷⁶ expresaba, a pesar de su desviación y justamente en ella, una y la misma cosa: la dureza de la sociedad competitiva. El individuo, sobre el que se apoyaba la sociedad, llevaba la marca de tal dureza; en su aparente libertad, no era sino el producto de su aparato económico y social. El poder apelaba a las relaciones de fuerza dominantes en cada caso cuando solicitaba la respuesta de aquéllos que le estaban sometidos. Al mismo tiempo, la sociedad burguesa también ha desarrollado en su curso al individuo. Contra la voluntad de sus dirigentes, la técnica ha convertido a los hombres de niños en personas. Pero semejante progreso de individuación se ha producido a costa de la individualidad en cuyo nombre se llevaba a cabo, y no ha dejado de ella más que la decisión de perseguir siempre y sólo el propio fin. El burgués, para quien la vida se escinde en negocios y vida privada, la vida privada en representación e intimidad, y ésta, en la malhumorada relación matrimonial y en el amargo consuelo de estar solo, desavenido consigo mismo y con todos, es virtualmente ya el nazi, entusiasta y desdeñoso a la vez, o el actual habitante de la ciudad, que no puede concebir la amistad sino como "contacto social", como aproximación social de individuos íntimamente alejados unos de otros. La industria cultural puede disponer de la individualidad de forma tan eficaz sólo porque en ésta se reproduce desde siempre la íntima fractura de la sociedad. En los rostros de los héroes del cine y de los particulares, confeccionados según los modelos de las cubiertas de los semanarios, se desvanece una apariencia en la cual ya de por sí nadie cree, y la pasión por tales modelos ideales vive de la secreta satisfacción de hallarse finalmente dispensados del esfuerzo de la individuación mediante el esfuerzo —más fatigoso aún— de la imitación. Pero vano sería esperar que la persona, en sí misma contradictoria y decadente, no fuera a durar generaciones enteras, que el sistema deba necesariamente saltar por causa de esta escisión psicológica y que esta mentirosa sustitución del individuo por el estereotipo vaya a hacerse insoportable por sí misma. La unidad de la personalidad ha sido desmascarada como apariencia desde el *Hamlet* de Shakespeare. En las

⁷⁶ "burgués" /1944: "serendo burgués".

actuales fisionomías sintéticamente preparadas se ha olvidado ya que un día existiera el concepto de vida humana. Durante siglos la sociedad se ha preparado con vistas a Victor Mature y Mickey Rooney.⁷⁷ Su obra de disolución es, a la vez, un cumplimiento.

La apoteosis del tipo medio corresponde al culto de lo barato. Las estrellas mejor pagadas parecen imágenes publicitarias de desconocidos artículos de marca. No por azar son elegidas entre la masa de los modelos comerciales. El gusto dominante toma su ideal de la publicidad, de la belleza al uso. De este modo, el dicho socrático de que lo bello es lo útil se ha cumplido, al fin, irónicamente. El cine hace publicidad para el *Konzern* cultural⁷⁸ en su conjunto; en la radio, las mercancías, para las cuales existen los bienes culturales, son elogiadas también singularmente. Por cincuenta céntimos se puede ver la película que ha costado millones, por diez se consigue el chicle, que tiene tras de sí toda la riqueza del mundo, a la que incrementa con su comercio. *In absentia*, pero mediante votación general, se determina la *miss* de las fuerzas armadas, pero cuidándose mucho de permitir la prostitución en la retaguardia. Las mejores orquestas del mundo —que en realidad no lo son— son ofrecidas gratis a domicilio. Todo ello es una parodia del país de jauja, lo mismo que la "comunidad popular (racial)"⁷⁹ nazi lo es de la humana. A todos se les ofrece algo.⁸⁰ La constatación del visitante provinciano del viejo Teatro Metropolitano berlinés: "es increíble lo que ofrece la gente por tan poco dinero", ha sido recogida desde hace tiempo por la industria cultural y convertida en sustancia de la producción misma. Ésta no sólo se ve siempre acompañada por el triunfo, gracias al simple hecho de ser posible, sino que es, en gran medida, una misma cosa con dicho triunfo. El espectáculo significa mostrar a todos lo que se tiene y se puede. Es aún hoy la vieja feria, pero incurablemente enferma de cultura. Como los visitantes de las ferias, atraídos por las voces de los propagandistas, superaban con animosa sonrisa la desilusión en las barracas, debido a que en el fondo lo sabían ya de antemano, del mismo modo el que frecuenta habitualmente el cine se pone comprensivamente de parte de la institución. Pero con la accesibilidad a bajo precio de los productos de lujo en serie y su complemento, la confusión universal, va abriéndose paso una transformación en el carácter de mercancía del arte mismo. Lo nuevo no es él mismo, la fascinación de la novedad radica en el hecho de que él se reconoce hoy expresamente y de que el arte renuncia de su propia autonomía, colocándose con orgullo entre los bienes del consumo. El arte como ámbito separado ha sido posible, desde el comienzo, sólo en cuanto burgués. Incluso su libertad, en cuanto negación de la funcionalidad social, tal como se impone a través del mercado, permanece esencialmente ligada

⁷⁷ Conocidos artistas de cine, encarnaciones del héroe y del artífice.

⁷⁸ *Konzern* cultural/1944; *Konzern* cultural y el monopolio.

⁷⁹ *Volksgemeinschaft*: expresión de la propaganda nazi.

⁸⁰ "A todos se les ofrece algo"/1944; "El monopolio ofrece a todos algo".

a la premisa de la economía de mercado. Las obras de arte puras, que niegan el carácter de mercancía de la sociedad por el mero hecho de seguir su propia ley, han sido siempre, al mismo tiempo, también mercancías: si hasta el siglo XVIII la protección de los mecenas defendió a los artistas frente al mercado, éstos se hallaban en cambio sometidos a los mecenas y a sus fines. La "libertad respecto a los fines" de la gran obra de arte moderna vive del anonimato del mercado. Las exigencias de éste se hallan hoy tan sutilmente mediatizadas que el artista queda exento, aunque sólo sea en cierta medida, de la exigencia concreta. Téngase en cuenta que su autonomía, en cuanto meramente tolerada, estuvo acompañada durante toda la historia burguesa por un momento de falsedad que se ha desarrollado finalmente en la liquidación social del arte. El Beethoven mortalmente enfermo, que arroja lejos de sí una novela de Walter Scott con la exclamación: "¡Este escribe por dinero!", y que al mismo tiempo, incluso en la explotación de los últimos cuartetos —que representan el supremo rechazo al mercado— se muestra como hombre de negocios expedito y obstinado, ofrece el ejemplo más grandioso de la unidad de los opuestos, mercado y autonomía, en el arte burgués. Víctimas de la ideología caen justamente aquellos que ocultan la contradicción, en lugar de asumirla, como Beethoven, en la conciencia de su propia producción. Beethoven reprodujo, en su creación musical, la cólera por el dinero perdido y dedujo el imperativo metafísico "¡Así debe ser!", que trata de superar estéticamente —cargando con ella— la necesidad objetiva del curso del mundo, de la reclamación del salario mensual por parte de la gobernante. El principio de la estética idealista, finalidad sin fin,⁸¹ es la inversión del esquema al que obedece socialmente el arte burgués: inutilidad para los fines establecidos por el mercado. Finalmente, en la exigencia de distracción y relajación el fin ha devorado al reino de la inutilidad. Pero, en la medida en que la pretensión de utilización y explotación del arte se va haciendo total, empieza a delinearse un desplazamiento en la estructura económica interna de las mercancías culturales.⁸² La utilidad que los hombres esperan de la obra de arte en la sociedad competitiva es, en gran medida, justamente la existencia de lo inútil, que es no obstante liquidado mediante su total subyunción bajo lo útil. Al adecuarse enteramente a la necesidad, la obra de arte defrauda por anticipado a los hombres respecto a la liberación del principio de utilidad que ella debería procurar. Lo que se podría denominar valor de uso en la recepción de los bienes culturales es⁸³ sustituido por el valor de cambio; en lugar del goce se impone el participar y estar al corriente, en lugar de la competencia del conocedor; el aumento de prestigio. El consumidor se convierte en coartada ideológica de la

⁸¹ Cf. E. Kant, *Kritik der Urteilskraft*, en *Werke*, cit., vol. v, 220; trad. Cast., *Crítica del juicio*, cit., 153 s.

⁸² "Inerte... mercancías culturales"/1944: "estructura de las mercancías culturales según valor de uso y valor de cambio".

⁸³ "Lo que... es"/1944: "El valor de uso es... en la recepción de los bienes culturales".

industria de la diversión, a cuyas instituciones no puede sustraerse.⁵⁴ Es preciso haber visto *Mrs. Miniver*,⁵⁵ como es necesario tener las revistas *Life* y *Time*. Todo es percibido sólo bajo el aspecto en que puede servir para alguna otra cosa, por vaga que sea la idea de ésta. Todo tiene valor sólo en la medida en que se puede intercambiar, no por el hecho de ser algo en sí mismo. El valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su valoración social, que ellos confunden con la escala objetiva de las obras, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que son capaces de disfrutar. De este modo, el carácter de mercancía se desmorona justamente en el momento en que se realiza plenamente. El arte es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible; pero esta especie de mercancía, que vivía del hecho de ser vendida y de ser, sin embargo, esencialmente invendible, se convierte hipócritamente en lo invendible de verdad, tan pronto como el negocio no sólo es su intención sino su mismo principio. La ejecución de Toscanini en la radio es en cierto modo invendible. Se la escucha gratuitamente y a cada sonido de la sinfonía va unido, por así decirlo, el sublime reclamo publicitario de que la sinfonía no sea interrumpida por los anuncios publicitarios: "este concierto se ofrece a Vds. Como un servicio público". La estafa⁵⁶ se cumple indirectamente a través de la ganancia de todos los productores unidos de coches y jabón que financian las estaciones de radio y, naturalmente, a través del crecimiento de los negocios de la industria eléctrica como productora de los aparatos receptores. Por doquier la radio, como fruto tardío y más avanzado de la cultura de masas, extrae consecuencias que le están provisionalmente vedadas al cine por su pseudomercado. La estructura técnica del sistema comercial radiofónico⁵⁷ lo inmuniza contra desviaciones liberales como las que los industriales del cine pueden aún permitirse en su ámbito. Es una empresa privada que representa ya la totalidad soberana,⁵⁸ adelantando en ello a los otros consorcios⁵⁹ industriales. *Chesterfield* es sólo el cigarrillo de la nación, pero la radio es su portavoz. Al incorporar totalmente los productos culturales a la esfera de la mercancía, la radio renuncia a colocar como mercancía sus productos culturales. En Estados Unidos no reclama ninguna tasa del público y asume así el carácter engañoso de autoridad desinteresada e imparcial, que parece hecha a medida para el fascismo. En éste, la radio se convierte en la boca universal del *Pöbber*, y su voz se mezcla, mediante los altavoces de las calles, en el ruido de las sirenas que anuncian el pánico, de las cuales difícilmente puede distinguirse la propaganda moderna. Los nazis sabían que la radio daba forma a su causa, lo mismo que la imprenta se la dio a la Reforma. El carisma

⁵⁴ "El consumidor... cada mes"/1944.

⁵⁵ Cfr. Nota 40 en p. 255.

⁵⁶ "La estafa"/1944: "el robo".

⁵⁷ "sistema comercial radiofónico"/1944: "la radio".

⁵⁸ "totalidad soberana"/1944: "monopolio como totalidad soberana".

⁵⁹ "consorcios"/1944: "monopolios".

metafísico del *Pöbber* inventado por la sociología de la religión⁶⁰ ha revelado ser al fin como la simple omnipresencia de sus discursos en la radio, que parodia demoníacamente la omnipresencia del espíritu divino. El hecho gigantesco de que el discurso penetra por doquier sustituye su contenido, del mismo modo que la oferta de aquella retransmisión de Toscanini desplazaba a su contenido, la sinfonía. Ninguno de los oyentes está ya en condiciones de captar su verdadero contexto, mientras que el discurso del *Pöbber* es ya de por sí la mentira. Establecer la palabra humana como absoluta, el falso mandamiento, es la tendencia immanente de la radio. La recomendación se convierte en orden. La apología de las mercancías siempre iguales bajo etiquetas diferentes, el elogio científicamente fundado del laxante a través de la voz relamida del locutor, entre la obertura de la *Traviata* y la de *Rienzi*, se ha hecho insostenible por su propia ridiculez. Finalmente, el dictado de la producción, el anuncio publicitario específico, enmascarado bajo la apariencia de la posibilidad de elección, puede convertirse en la orden abierta del *Pöbber*. En una sociedad de grandes *Rackets* fascistas, que logaran ponerse de acuerdo sobre qué parte del producto social hay que asignar a las necesidades del pueblo, resultaría finalmente anacrónico exhortar al uso de un determinado detergente. Más modernamente, sin tantos cumplimientos, el *Pöbber* ordena tanto el camino del sacrificio como la compra de la mercancía de desecho.

Ya hoy, las obras de arte son preparadas oportunamente, como máximas políticas, por la industria cultural, inculcadas a precios reducidos a un público resistente, y su disfrute se hace accesible al pueblo como los parques. Pero la disolución de su auténtico carácter de mercancía no significa que estén custodiadas y salvadas en la vida de una sociedad libre, sino que ahora ha desaparecido incluso la última garantía contra su degradación al nivel de bienes culturales. La abolición del privilegio cultural por liquidación no introduce a las masas en ámbitos que les estaban vedados; más bien contribuye, en las actuales condiciones sociales, justamente al desmoronamiento de la cultura, al progreso de la bárbara ausencia de toda relación. Quien en el siglo pasado o a comienzos de éste gastaba su dinero para ver un drama o escuchar un concierto, tributaba al espectáculo por lo menos tanto respeto como al dinero invertido en él. El burgués que quería extraer algo para él podía, a veces, buscar una relación más personal con la obra. La llamada literatura introductiva a los dramas musicales de Wagner, por ejemplo, y los comentarios al *Fausto* dan testimonio de ello. Y no eran aún más que una forma de tránsito al barnizado biográfico y a las otras prácticas a las que se ve sometida hoy la obra de arte. Incluso en los primeros tiempos del actual sistema económico, el valor de cambio⁶¹ no arrastraba tras de sí al valor de uso como un

⁶⁰ Alusión al concepto de *dramma carismático* según Max Weber, cfr. *Wirtschaft und Gesellschaft* [1922, Tübingen, 1975, 140 s., trad. cast.: *Economía y sociedad. Esbozo de una sociología comprensiva*, Ica, México, 1979, 193 s.

⁶¹ "Incluso... valor de cambio"/1944: "El valor de cambio traza".

mero apéndice, sino que también contribuyó a desarrollarlo como su propia pre-misa, y esto fue socialmente ventajoso para las obras de arte. El arte ha mantenido al burgués dentro de ciertos límites mientras era caro. Pero eso se ha terminado. Su cercanía absoluta, no mediada ya más por el dinero, a aquellos que están expuestos a su acción, lleva a término la alienación y asimila a ambos bajo el signo de una triunfal reificación. En la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto: a la crítica le sucede el juicio pericial mecánico, y al respeto, el culto efímero de la celebridad. No hay ya nada caro para los consumidores. Y sin embargo, éstos intuyen a la vez que cuanto menos cuesta una cosa, menos les es regalado. La doble desconfianza hacia la cultura tradicional como ideología se mezcla con la desconfianza hacia la cultura industrializada como fraude. Reducidas a mera añadidura, las obras de arte pervertidas son secretamente rechazadas por los que disfrutaban de ellas, junto con la porquería a la que el medio las asimila. Los consumidores pueden alegrarse de que haya tantas cosas para ver y para escuchar. Prácticamente se puede tener de todo. Los *screenos*⁵² y las zarzuelas en el cine, los concursos de reconocimiento de piezas musicales, los opúsculos gratuitos, los premios y los artículos de regalo que son distribuidos entre los oyentes de determinados programas radiofónicos, no son meros accesorios marginales, sino la prolongación de lo que les ocurre a los mismos productos culturales. La sinfonía se convierte en un premio por el hecho de escuchar la radio, y si la técnica tuviese su propia voluntad, el cine sería ya ofrecido a domicilio a ejemplo de la radio.⁵³ También él se desarrolla en dirección al "sistema comercial". La televisión indica el camino de una evolución que fácilmente podría llevar a los hermanos Warner⁵⁴ a la posición —sin duda, nada agradable para ellos— de músicos de cámara y defensores de la cultura tradicional. Pero el sistema de premios ha precipitado ya en la actitud de los consumidores. En la medida en que la cultura se presenta como añadidura o extra, cuya utilidad privada y social está, por lo demás, fuera de cuestión, la recepción de sus productos se convierte en percepción de oportunidades. Los consumidores se afanan por temor a perder algo. No se sabe qué, pero, en cualquier caso, sólo tiene una oportunidad quien no se exciuye por cuenta propia. El fascismo espera, con todo, reorganizar a los receptores de donativos adiestrados por la industria cultural en su propio seguimiento, regular y forzado.

La cultura es una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla. Por ello se funde con la publicidad. Cuanto más absurda aparece ésta bajo el monopolio, tanto más omnipotente

⁵² Breves concursos entre los espectadores, que se desarrollan en los intervalos entre las proyecciones. (N. del T. n.)

⁵³ Cuando los autores escribían este texto, la televisión se hallaba aún en sus comienzos.

⁵⁴ Una de las mayores firmas cinematográficas americanas del momento.

se hace aquélla. Los motivos son, por supuesto, económicos. Es demasiado evidente que se podría vivir sin la entera industria cultural: es excesiva la sociedad y la apatía que aquélla engendra necesariamente entre los consumidores. Por sí misma, bien poco puede contra este peligro. La publicidad es su elixir de vida. Pero dado que su producto reduce continuamente el placer que promete como mercancía a la pura y simple promesa, termina por coincidir con la publicidad misma, de la que tiene necesidad para compensar su propia incapacidad de procurar un placer efectivo. En la sociedad competitiva la publicidad cumplía la función social de orientar al comprador en el mercado, facilitaba la elección y ayudaba al productor más hábil, pero aún desconocido, a hacer llegar su mercancía a los interesados. Ella no costaba solamente, sino que ahorra tiempo de trabajo. Ahora que el mercado libre llega a su fin, se atincherà en ella el dominio del sistema.⁵⁵ La publicidad refuerza el vínculo que liga a los consumidores a los grandes *Konzern*. Sólo quien puede pagar normalmente las enormes tasas exigidas por las agencias publicitarias, y en primer término por la radio misma, es decir, sólo quien forma parte del sistema o es cooptado a ello por decisión del capital bancario e industrial, puede entrar como vendedor en el pseudomercado. Los costes de la publicidad, que terminan por refluir a los bolsillos de los *Konzern*,⁵⁶ evitan la fatiga de tener que luchar cada vez contra la competencia de intrusos desagradables, ellos garantizan que los competentes permanezcan entre sí, en círculo cerrado, no de forma muy diferente a las deliberaciones de los consejos económicos, que en el estado totalitario controlan la apertura de nuevas empresas y la continuidad de su funcionamiento. La publicidad es hoy un principio negativo, un dispositivo de bloqueo: todo lo que no lleva su sello es económicamente sospechoso. La publicidad universal no es en absoluto necesaria para hacer conocer a la gente los productos, a los que la oferta se halla ya de por sí limitada. Sólo indirectamente sirve a la venta. El abandono de una práctica publicitaria habitual por parte de una firma aislada significa una pérdida de prestigio, en realidad una violación de la disciplina que la camarilla competente impone a los suyos. Durante la guerra se continúa haciendo publicidad de mercancías que ya no se hallan disponibles en el mercado, sólo para exponer y demostrar el poderío industrial. Más importante que la repetición del nombre es entonces la subvención de los medios de comunicación ideológicos.⁵⁷ Dado que bajo la presión del sistema cada producto emplea la técnica publicitaria, ésta ha entrado triunfalmente en la jerga, en el "es-

⁵⁵ "Tiempo de trabajo... del sistema" / 1944: "del tiempo de trabajo social. Ahora, que el mercado libre ha llegado a su fin, se atincherà en ella el monopolio".

⁵⁶ "Konzern" / 1944: "del monopolio".

⁵⁷ "Sólo indirectamente sirve... medios de comunicación ideológicos" / 1944: "Se suspenden por parte de una firma particular algunas una pérdida de prestigio, en realidad una violación de la disciplina de clase que el monopolio impone a los suyos. Durante la guerra se continúa haciendo publicidad de mercancías que no se hallan ya disponibles en el mercado, sólo para seguir manteniendo la institución y naturalmente también la estructura bélica".

tilo* de la industria cultural. Su victoria es tan completa que en los puntos decisivos ni siquiera tiene necesidad de hacerse explícita: las construcciones monumentales de los gigantes,³⁸ publicidad petrificada a la luz de los reflectores, carecen de publicidad y, todo lo más, se limitan a exponer en los lugares más altos las iniciales de la firma, lapidarias y refulgentes, sin necesidad de ningún autoelogio. Por el contrario, las casas que han sobrevivido del siglo pasado, en cuya arquitectura se lee aún con rubor la utilidad como bien de consumo, es decir, el fin de la vivienda, son tapiadas desde la planta baja hasta por encima del techo con anuncios y carteles luminosos; el paisaje queda reducido a trasfondo de carteles y símbolos publicitarios. La publicidad se convierte en el arte por excelencia, con el cual Goebbels, lleno de olfato, la había ya identificado: el arte por el arte, publicidad por sí misma, pura exposición del poder social. En las más influyentes revistas norteamericanas, *Life* y *Fortune*, una rápida oreada apenas logra distinguir las imágenes y los textos publicitarios de los de la parte de redacción. A la redacción le corresponde el reportaje ilustrado, entusiasta y no pagado, sobre las costumbres y la higiene personal del personaje famoso, que procura a éste nuevos seguidores, mientras que las páginas reservadas a la publicidad se basan en fotografías y datos tan objetivos y realistas que representan el ideal de la información, al que la redacción no hace sino aspirar. Cada película es el avance publicitario de la siguiente, que promete reunir una vez más a la misma pareja bajo el mismo cielo exótico: quien llega con retraso no sabe si asiste al avance de la próxima película o ya a la que ha ido a ver. El carácter de montaje de la industria cultural, la fabricación sintética y planificada de sus productos, similar a la de la fábrica no sólo en el estudio cinematográfico, sino virtualmente también en la recopilación de biografías baratas, investigaciones noveladas y los éxitos de la canción, se presta de antemano a la publicidad: en la medida en que el momento singular se hace dissociable del contexto y fungible, ajeno incluso técnicamente a todo contexto significativo, puede prestarse a fines externos a la obra misma. El efecto, el truco, la ejecución singular aislada e irrepetible, han estado siempre ligados a la exposición de productos con fines publicitarios y, hoy, cada primer plano de una actriz se ha convertido en un anuncio publicitario de su nombre y cada canción de éxito en el *plug*³⁹ de su melodía. Tanto técnica como económicamente, la publicidad y la industria cultural se funden la una en la otra. Tanto en la una como en la otra la misma cosa aparece en innumerables lugares, y la repetición mecánica del mismo producto cultural es ya la repetición del mismo motivo propagandístico. Tanto en la una como en la otra técnica se convierte, bajo el imperativo de la eficacia, en psicotécnica, en técnica de la manipulación de los hombres. Tanto en la una como en la otra rigen las normas de lo sorprendente y sin embargo familiar, de

* de los gigantes/1941: del monopolio, las asociaciones de Wrigley y Rockefeller.

³⁹ Dedicación benévola o elogiosa sobre un disco, un libro, etc. difundida en la radio o en la televisión con fines propagandísticos.

lo leve y sin embargo incisivo, de lo hábil e experto y sin embargo simple. Se trata siempre de subyugar al cliente, ya se presente como distraído o como resistente a la manipulación.

A través del lenguaje con el que se expresa, el cliente mismo contribuye también a promover el carácter publicitario de la cultura. Cuanto más íntegramente se resuelve el lenguaje en pura comunicación, cuanto más plenamente se convierten las palabras, de portadoras sustanciales de significado, en puros signos carentes de cualidad, cuanto más pura y transparente hacen la transmisión del objeto deseado, tanto más opacas e impenetrables se hacen al mismo tiempo esas palabras. La desmitologización del lenguaje, en cuanto elemento del proceso global de la ilustración, se invierte en magia. Recíprocamente diferentes e indisolubles, la palabra y el contenido estaban unidos entre sí. Conceptos como melancolía, historia, e incluso "la vida", eran reconocidos en los términos que los perfilaban y custodiaban. Su forma los constituía y los reflejaba al mismo tiempo. La neta distinción que declara casual el tenor de la palabra y arbitraria su ordenación al objeto, termina con la confusión supersticiosa entre palabra y cosa. Lo que en una sucesión establecida de letras trasciende la correlación con el acontecimiento es proscrito como oscuro y como metafísica verbal. Pero con ello la palabra, que ya sólo puede designar pero no significar, queda hasta tal punto fijada a la cosa que degenera en pura fórmula. Lo cual afecta por igual al lenguaje y al objeto. En lugar de hacer accesible el objeto a la experiencia, la palabra, ya depurada, lo expone como caso de un momento abstracto, y todo lo demás, excluido de la expresión —que ya no existe— por el imperativo despiadado de claridad, se desvanece con ello también en la realidad. El ala izquierda en el fútbol, la camisa negra,⁴⁰ el joven hitleriano y sus equivalentes no son otra cosa que lo que se llaman. Si la palabra, antes de su racionalización, había liberado junto con el anhelo también la mentira, la palabra racionalizada se ha convertido en camisa de fuerza más para el anhelo que para la mentira. La cegueta y la mudez de los datos, a los que el positivismo reduce el mundo, pasan también al lenguaje, que se limita a registrar esos datos. De este modo, los términos mismos se hacen impenetrables, conquistan un grupo de oyentes que les ha sido asignado. Pero en cambio, el lenguaje y el gesto de los oyentes y de los espectadores se hallan impregnados por los esquemas de la industria cultural, hasta en matices a los que hasta ahora ningún método experimental de investigación ha podido llegar, más fuertemente que nunca hasta ahora. Hoy, la industria cultural ha heredado la función civilizadora de la democracia de las fronteras y de los empresarios, cuya sensibilidad para las diferencias de orden espiritual no fue nunca excesivamente desarrollada. Todos son libres para bailar y divertirse, de la misma manera que son libres, desde la neutralización histórica de la religión, para entrar en una de las innumerables sectas existentes. Pero la

⁴⁰ Designación de los fascistas según la camisa negra de su uniforme, sobre todo en Italia, pero también en otros países.

libertad en la elección de la ideología, que refleja siempre la coacción económica, se revela en todos los sectores como la libertad para siempre lo mismo. La forma en que una muchacha acepta y cursa el compromiso obligatorio, el tono de la voz en el teléfono y en la situación más familiar, la elección de las palabras en la conversación, la entera vida íntima, ordenada según los conceptos del psicoanálisis vulgarizado, revela el intento de convertirse en el aparato adaptado al éxito, conformado, hasta en los movimientos instintivos, al modelo que ofrece la industria cultural. Las reacciones más íntimas de los hombres están tan perfectamente reflejadas a sus propios ojos que la idea de lo que les es específico y peculiar sobrevive sólo en la forma más abstracta: "personalidad" no significa para ellos, en la práctica, más que dientes blancos y libertad frente al sudor y las emociones. Es el triunfo de la publicidad en la industria cultural, la asimilación forzada de los consumidores a las mercancías culturales, desenmascaradas ya en su significado.¹³¹

LA FILOSOFÍA COMO CRÍTICA DE LA CULTURA

La polémica actual entre las ciencias de la naturaleza y las del espíritu va a quedarse corta, debido al comprensible miedo de las disciplinas filosóficas a la vista de la técnica —asoladora de todo— en general y del perrecho en particular que acompaña a la división y reparto de los medios. Con esta ocasión la forma en que se defienden los intereses de las ciencias del espíritu permite que se vea su apocamiento. Los argumentos, especialmente en cuanto tienen como finalidad conseguir medios financieros —ya sea de Parlamentos, de los gobernantes o incluso de mecenas—, precisan utilizar como triunfo la utilidad; así, pues, sus portavoces se cuidan de la importancia propedéutica de los estudios humanísticos para las ciencias de la naturaleza, de su valor para disciplinar el pensamiento y para colocar debidamente a los ciudadanos en la comunidad política, y, últimamente, procuran recalcar que son inexcusables para la educación y formación con destino a los llamados puestos directivos de la industria y la administración. Se enumeran los rasgos personales requeridos en las situaciones elevadas y se pretende señalar de qué modo contribuye el trato juvenil con las cosas espirituales a desarrollar semejantes facultades. Si en el siglo diecinueve era algo obvio desde muchos puntos de vista que un empresario de éxito tuviese una instrucción general que no pareciera estar dirigida enteramente a finalidades prácticas, ahora se la recomienda, como medio para un fin, al futuro director general e incluso al jefe administrativo en sentido amplio.¹ Hoy se destaca inmediatamente la función realista que, en lo que respecta a las ciencias del espíritu y ante todo a su núcleo, la filosofía, se había mantenido constante en todas las épocas burguesas. Ya en las ramas teológicas y profanas de las primeras universidades desempeñaban implícitamente un papel la formación de una inteligencia sagaz y de una fantasía práctica, la facilidad para abarcar de un golpe de vista las relaciones nacionales e internacionales y el arte en el trato de los hombres; ahora que los especialistas filosóficos han entrado en un estadio casi carente de perspectivas de una carrera atrayente dentro del propio

¹³¹ 1944/47. Después de punto: "(Continuar)".

¹ Cfr., por ejemplo, F. Brucker, *The Practice of Management*, Nueva York, 1954.

LECTURA

UNIDAD DE COMPETENCIA I: TEORÍA CRÍTICA: DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LOS APOCALÍPTICOS	
BIBLIOGRAFÍA	CAPÍTULO SELECCIONADO
3. BENJAMIN, Walter (1989): <i>Discursos interrumpidos</i> , Argentina, Taurus.	Capítulo: “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”. Descargado en: http://www.scultura.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/benjamin-la-obra-de-arte.pdf

La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica

Walter Benjamin

Publicado en BENJAMIN, Walter *Discursos-Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.

«En un tiempo muy distinto del nuestro, y por hombres cuyo poder de acción sobre las cosas era insignificante comparado con el que nosotros poseemos, fueron instituidas nuestras Bellas Artes y fijados sus tipos y usos. Pero el acrecentamiento sorprendente de nuestros medios, la flexibilidad y la precisión que éstos alcanzan, las ideas y costumbres que introducen, nos aseguran respecto de cambios próximos y profundos en la antigua industria de lo Bello. En todas las artes hay una parte física que no puede ser tratada como antaño, que no puede sustraerse a la acometividad del conocimiento y la fuerza modernos. Ni la materia, ni el espacio, ni el tiempo son, desde hace veinte años, lo que han venido siendo desde siempre. Es preciso contar con que novedades tan grandes transformen toda la técnica de las artes y operen por tanto sobre la inventiva, llegando quizás hasta a modificar de una manera maravillosa la noción misma del arte.»

PAUL VALÉRY, *Pièces sur l'art* («La conquête de l'ubiquité»).

Prólogo

Cuando Marx emprendió el análisis de la producción capitalista estaba ésta en sus comienzos. Marx orientaba su empeño de modo que cobrase valor de pronóstico. Se remontó hasta las relaciones fundamentales de dicha producción y las expuso de tal guisa que resultara de ellas lo que en el futuro pudiera esperarse del capitalismo. Y resultó que no sólo cabía esperar de él una explotación crecientemente agudizada de los proletarios, sino además el establecimiento de condiciones que posibilitan su propia abolición.

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. En qué forma sucedió, es algo que sólo hoy puede indicarse. Pero de esas indicaciones debemos requerir determinados pronósticos. Poco corresponderán a tales requisitos las tesis sobre el arte del proletariado después de su toma del poder; mucho menos todavía algunas sobre el de la sociedad sin clases; más en cambio unas tesis acerca de las tendencias evolutivas del arte bajo las actuales condiciones de producción. Su dialéctica no es menos perceptible en la superestructura que en la economía.

Por eso sería un error menospreciar su valor combativo. 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. Por el contrario son utilizables para la formación de exigencias revolucionarias en la política artística.

1

La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción. Lo que los hombres habían hecho, podía ser imitado por los hombres. Los alumnos han hecho copias como ejercicio artístico, los maestros las hacen para difundir las obras, y finalmente copian también terceros ansiosos de ganancias. Frente a todo ello, la reproducción técnica de la obra de arte es algo nuevo que se impone en la historia intermitentemente, a empellones muy distantes unos de otros, pero con intensidad creciente. Los griegos sólo conocían dos procedimientos de reproducción técnica: fundir y acuñar. Bronces, terracotas y monedas eran las únicas obras artísticas que pudieron reproducir en masa. Todas las restantes eran irrepetibles y no se prestaban a reproducción técnica alguna. La xilografía hizo que por primera vez se reprodujese técnicamente el dibujo, mucho tiempo antes de que por medio de la imprenta se hiciese lo mismo con la escritura. Son conocidas las modificaciones enormes que en la literatura provocó la imprenta, esto es, la reproductibilidad técnica de la escritura. Pero a pesar de su importancia, no representan más que un caso especial del fenómeno que aquí consideramos a escala de historia universal. En el curso de la Edad Media se añaden a la xilografía el grabado en cobre y el aguafuerte, así como la litografía a comienzos del siglo diecinueve.

Con la litografía, la técnica de la reproducción alcanza un grado fundamentalmente nuevo. El procedimiento, mucho más preciso, que distingue la transposición del dibujo sobre una piedra de su incisión en taco de madera o de su grabado al aguafuerte en una plancha de cobre, dio por primera vez al arte gráfico no sólo la posibilidad de poner masivamente (como antes) sus productos en el mercado, sino además la de ponerlos en figuraciones cada día nuevas. La litografía capaciló al dibujo para acompañar, ilustrándola, la vida diaria. Comenzó entonces a ir al paso con la imprenta. Pero en estos comienzos fue aventajado por la fotografía pocos decenios después de que se inventara la impresión litográfica. En el proceso de la reproducción plástica, la mano se descarga por primera vez de las incumbencias artísticas más importantes que en adelante van a concernir únicamente al ojo que mira por el objetivo. El ojo es más rápido captando que la mano dibujando; por eso se ha apresurado tantísimo el proceso de la reproducción plástica que ya puede ir a paso con la palabra hablada. A1 rodar en el estudio, el operador de cine fija las imágenes con la misma velocidad con la que el actor habla. En la litografía se escondía virtualmente el periódico ilustrado y en la fotografía el cine sonoro. La reproducción técnica del sonido fue empresa acometida a finales del siglo pasado. Todos estos esfuerzos convergentes hicieron previsible una situación que Paul Valéry caracteriza con la frase siguiente: «Igual que el agua, el gas y la corriente eléctrica vienen a nuestras casas, para servirnos, desde lejos y por medio de una manipulación casi imperceptible, así estamos también provistos de imágenes y de series de sonidos que acuden a un pequeño toque, casi a un signo, y que del mismo modo nos abandonan». Hacia 1900 la reproducción técnica había alcanzado un standard en el que no sólo

comenzaba a convertir en tema propio la totalidad de las obras de arte heredadas (sometiendo además su función a modificaciones hondísimas), sino que también conquistaba un puesto específico entre los procedimientos artísticos. Nada resulta más instructivo para el estudio de ese standard que referir dos manifestaciones distintas, la reproducción de la obra artística y el cine, al arte en su figura tradicional.

2

Incluso en la reproducción mejor acabada falta algo: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia irrepetible en el lugar en que se encuentra. En dicha existencia singular, y en ninguna otra cosa, se realizó la historia a la que ha estado sometida en el curso de su perduración. También cuentan las alteraciones que haya padecido en su estructura física a lo largo del tiempo, así como sus eventuales cambios de propietario. No podemos seguir el rastro de las primeras más que por medio de análisis físicos o químicos impracticables sobre una reproducción; el de los segundos es tema de una tradición cuya búsqueda ha de partir del lugar de origen de la obra.

El aquí y ahora del original constituye el concepto de su autenticidad. Los análisis químicos de la pátina de un bronce favorecerán que se fije si es auténtico; correspondientemente, la comprobación de que un determinado manuscrito medieval procede de un archivo del siglo XV favorecerá la fijación de su autenticidad. El ámbito entero de la autenticidad se sustrae a la reproducibilidad técnica -y desde luego que no sólo a la técnica-. Cara a la reproducción manual, que normalmente es catalogada como falsificación, lo auténtico conserva su autoridad plena, mientras que no ocurre lo mismo cara a la reproducción técnica. La razón es doble. En primer lugar, la reproducción técnica se acredita como más independiente que la manual respecto del original. En la fotografía, por ejemplo, pueden resaltar aspectos del original accesibles únicamente a una lente manejada a propio antojo con el fin de seleccionar diversos puntos de vista, inaccesibles en cambio para el ojo humano. O con ayuda de ciertos procedimientos, como la ampliación o el retardador, rotendrá imágenes que se le escapan sin más a la óptica humana. Además, puede poner la copia del original en situaciones inasequibles para éste. Sobre todo le posibilita salir al encuentro de su destinatario, ya sea en forma de fotografía o en la de disco gramofónico. La catedral deja su emplazamiento para encontrar acogida en el estudio de un aficionado al arte; la obra coral, que fue ejecutada en una sala o al aire libre, puede escucharse en una habitación.

Las circunstancias en que se ponga al producto de la reproducción de una obra de arte, quizás dejen intacta la consistencia de ésta, pero en cualquier caso deprecian su aquí y ahora. Aunque en modo alguno valga esto sólo para una obra artística, sino que parejamente vale también, por ejemplo, para un paisaje que en el cine transcurre ante el espectador. Sin embargo, el proceso aqueja en el objeto de arte una médula sensibilísima que ningún objeto natural posee en grado tan vulnerable. Se trata de su autenticidad. La autenticidad de una cosa es la cifra de todo lo que desde el origen puede transmitirse en ella desde su duración material hasta su testificación histórica. Como esta última se funda en la primera, que a su vez se le escapa al hombre en la reproducción, por eso se tambalea en ésta la testificación histórica de la cosa. Claro que sólo ella; pero lo que se tambalea de tal suerte es su propia autoridad.

Resumiendo todas estas deficiencias en el concepto de aura, podremos decir: en la época de la

reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el aura de ésta. El proceso es sintomático: su significación señala por encima del ámbito artístico. Conforme a una formulación general: la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepelible. Y confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir, desde su situación respectiva, al encuentro de cada destinatario. Ambos procesos conducen a una fuerte conmoción de lo transmitido, a una conmoción de la tradición, que es el reverso de la actual crisis y de la renovación de la humanidad. Están además en estrecha relación con los movimientos de masas de nuestros días. Su agente más poderoso es el cine. La importancia social de éste no es imaginable incluso en su forma más positiva, y precisamente en ella, sin este otro lado suyo destructivo, catártico: la liquidación del valor de la tradición en la herencia cultural. Este fenómeno es sobre todo perceptible en las grandes películas históricas. Es éste un terreno en el que constantemente toma posiciones. Y cuando Abel Gance proclamó con entusiasmo en 1927: «Shakespeare, Rembrandt, Beethoven, harán cine... Todas las leyendas, toda la mitología y todos los mitos, todos los fundadores de religiones y todas las religiones incluso... esperan su resurrección luminosa, y los héroes se apalotan, para entrar, ante nuestras puertas», nos estaba invitando, sin saberlo, a una liquidación general.

3

Dentro de grandes espacios históricos de tiempo se modifican, junto con toda la existencia de las colectividades humanas, el modo y manera de su percepción sensorial. Dichos modo y manera en que esa percepción se organiza, el medio en el que acontecen, están condicionados no solo natural, sino también históricamente. El tiempo de la Invasión de los Bárbaros, en el cual surgieron la industria artística del Bajo Imperio y el *Génesis de Viena*, trajo consigo además de un arte distinto del antiguo una percepción también distinta. Los eruditos de la escuela vienesa, Riegel y Wickhoff, hostiles al peso de la tradición clásica que sepultó aquel arte, son los primeros en dar con la ocurrencia de sacar de él conclusiones acerca de la organización de la percepción en el tiempo en que tuvo vigencia. Por sobresalientes que fueran sus conocimientos, su limitación estuvo en que nuestros investigadores se contentaron con indicar la signatura formal propia de la percepción en la época del Bajo Imperio. No intentaron (quizás ni siquiera podían esperar) poner de manifiesto las transformaciones sociales que hallaron expresión en esos cambios de la sensibilidad. En la actualidad son más favorables las condiciones para un atisbo correspondiente. Y si las modificaciones en el medio de la percepción son susceptibles de que nosotros, sus coetáneos, las entendamos como desmoronamiento del aura, sí que podremos poner de bulto sus condicionamientos sociales.

Conviene ilustrar el concepto de aura, que más arriba hemos propuesto para temas históricos, en el concepto de un aura de objetos naturales. Definiremos esta última como la manifestación irrepelible de una lejanía (por cercana que pueda estar). Descansar en un atardecer de verano y seguir con la mirada una cordillera en el horizonte o una rama que arroja su sombra sobre el que reposa, eso es aspirar el aura de esas montañas, de esa rama. De la mano de esta descripción es fácil hacer una cala en los condicionamientos sociales del actual desmoronamiento del aura. Estriba éste en dos circunstancias que a su vez dependen de la importancia creciente de las masas en la vida de hoy. A saber: acercar espacial y humanamente las cosas es una aspiración de las masas actuales tan apasionada como su tendencia a

superar la singularidad de cada dato acogiendo su reproducción. Cada día cobra una vigencia más irrecusable la necesidad de adueñarse de los objetos en la más próxima de las cercanías, en la imagen, más bien en la copia, en la reproducción. Y la reproducción, tal y como la aprestan los periódicos ilustrados y los noticiarios, se distingue inequívocamente de la imagen. En ésta, la singularidad y la perduración están imbricadas una en otra de manera tan estrecha como lo están en aquélla la fugacidad y la posible repetición. Quitarle su envoltura a cada objeto, triturar su aura, es la signatura de una percepción cuyo sentido para lo igual en el mundo ha crecido tanto que incluso, por medio de la reproducción, le gana terreno a lo irrepetible. Se denota así en el ámbito plástico lo que en el ámbito de la teoría advertimos como un aumento de la importancia de la estadística. La orientación de la realidad a las masas y de éstas a la realidad es un proceso de alcance ilimitado tanto para el pensamiento como para la contemplación.

4

La unicidad de la obra de arte se identifica con su ensamblamiento en el contexto de la tradición. Esa tradición es desde luego algo muy vivo, algo extraordinariamente cambiante. Una estatua antigua de Venus, por ejemplo, estaba en un contexto tradicional entre los griegos, que hacían de ella objeto de culto, y en otro entre los clérigos medievales que la miraban como un ídolo maléfico. Pero a unos y a otros se les enfrentaba de igual modo su unicidad, o dicho con otro término: su aura. La indole original del ensamblamiento de la obra de arte en el contexto de la tradición encontró su expresión en el culto. Las obras artísticas más antiguas sabemos que surgieron al servicio de un ritual primero mágico, luego religioso. Es de decisiva importancia que el modo aurático de existencia de la obra de arte jamás se desligue de la función ritual. Con otras palabras: el valor único de la auténtica obra artística se funda en el ritual en el que tuvo su primer y original valor útil. Dicha fundamentación estará todo lo mediada que se quiera, pero incluso en las formas más profanas del servicio a la belleza resulta perceptible en cuanto ritual secularizado. Este servicio profano, que se formó en el Renacimiento para seguir vigente por tres siglos, ha permitido, al transcurrir ese plazo y a la primera conmoción grave que le alcanzara, reconocer con toda claridad tales fundamentos. Al irrumpir el primer medio de reproducción de veras revolucionario, a saber la fotografía (a un tiempo con el despunte del socialismo), el arte sintió la proximidad de la crisis (que después de otros cien años resulta innegable), y reaccionó con la teoría de «l'art pour l'art», esto es, con una teología del arte. De ella procedió ulteriormente ni más ni menos que una teología negativa en figura de la idea de un arte «puro» que rechaza no sólo cualquier función social, sino además toda determinación por medio de un contenido objetual. (En la poesía, Mallarmé ha sido el primero en alcanzar esa posición.)

Hacer justicia a esta serie de hechos resulta indispensable para una cavilación que tiene que habérselas con la obra de arte en la época de su reproducción técnica. Esos hechos preparan un atisbo decisivo en nuestro tema: por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual. La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta para ser reproducida. De la placa fotográfica, por ejemplo, son posibles muchas copias; preguntarse por la copia auténtica no tendría sentido alguno. Pero en el mismo instante en que la norma de la autenticidad fracasa en la producción artística, se trastorna la función íntegra del arte. En lugar de su fundamentación en un ritual aparece su fundamentación en una praxis distinta, a saber en la política.

5

La recepción de las obras de arte sucede bajo diversos acentos entre los cuales hay dos que destacan por su polaridad. Uno de esos acentos reside en el valor cultural, el otro en el valor exhibitivo de la obra artística. La producción artística comienza con hechuras que están al servicio del culto. Presumimos que es más importante que dichas hechuras estén presentes y menos que sean vistas. El alce que el hombre de la Edad de Piedra dibuja en las paredes de su cueva es un instrumento mágico. Claro que lo exhibe ante sus congéneres; pero está sobre todo destinado a los espíritus. Hoy nos parece que el valor cultural empuja a la obra de arte a mantenerse oculta: ciertas estatuas de dioses sólo son accesibles a los sacerdotes en la «celda». Ciertas imágenes de Vírgenes permanecen casi todo el año encubiertas, y determinadas esculturas de catedrales medievales no son visibles para el espectador que pisa el santo suelo. A medida que las ejercitaciones artísticas se emancipan del regazo ritual, aumentan las ocasiones de exhibición de sus productos. La capacidad exhibitiva de un retrato de medio cuerpo, que puede enviarse de aquí para allá, es mayor que la de la estatua de un dios, cuyo puesto fijo es el interior del templo. Y si quizás la capacidad exhibitiva de una misa no es de por sí menor que la de una sinfonia, la sinfonia ha surgido en un tiempo en el que su exhibición prometía ser mayor que la de una misa.

Con los diversos métodos de su reproducción técnica han crecido en grado tan fuerte las posibilidades de exhibición de la obra de arte, que el corrimiento cuantitativo entre sus dos polos se torna, como en los tiempos primitivos, en una modificación cualitativa de su naturaleza. A saber, en los tiempos primitivos, y a causa de la preponderancia absoluta de su valor cultural, fue en primera línea un instrumento de magia que sólo más tarde se reconoció en cierto modo como obra artística; y hoy la preponderancia absoluta de su valor exhibitivo hace de ella una hechura con funciones por entero nuevas entre las cuales la artística -la que nos es consciente- se destaca como la que más tarde tal vez se reconozca en cuanto accesoria. Por lo menos es seguro que actualmente la fotografía y además el cine proporcionan las aplicaciones más útiles de ese conocimiento.

6

En la fotografía, el valor exhibitivo comienza a reprimir en toda la línea al valor cultural. Pero éste no cede sin resistencia. Ocupa una última trinchera que es el rostro humano. En modo alguno es casual que en los albores de la fotografía el retrato ocupe un puesto central. El valor cultural de la imagen tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres queridos, lejanos o desaparecidos. En las primeras fotografías vibra por vez postrera el aura en la expresión fugaz de una cara humana. Y esto es lo que constituye su belleza melancólica e incomparable. Pero cuando el hombre se retira de la fotografía, se opone entonces, superándolo, el valor exhibitivo al cultural. Atget es sumamente importante por haber localizado este proceso al retener hacia 1900 las calles de París en aspectos vacíos de gente. Con mucha razón se ha dicho de él que las fotografió como si fuesen el lugar del crimen. Porque también éste está vacío y se le fotografía a causa de los indicios. Con Atget comienzan las placas fotográficas a convertirse en pruebas en el proceso histórico. Y así es como se forma su secreta significación histórica. Exigen una recepción en un sentido determinado. La contemplación de vuelos propios no resulta muy adecuada. Puesto que inquietan hasta tal

punto a quien las mira, que para ir hacia ellas siente tener que buscar un determinado camino. Simultáneamente los periódicos ilustrados empiezan a presentarle señales indicadoras. Acertadas o erróneas, da lo mismo. Por primera vez son en esos periódicos obligados los pies de las fotografías. Y claro está que éstos tienen un carácter muy distinto al del título de un cuadro. 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.

7

Aberrante y enmarañada se nos antoja hoy la disputa sin cuartel que al correr el siglo diecinueve mantuvieron la fotografía y la pintura en cuanto al valor artístico de sus productos. Pero no pondremos en cuestión su importancia, sino que más bien podríamos subrayarla. De hecho esa disputa era expresión de un trastorno en la historia universal del que ninguno de los dos contendientes era consciente. La época de su reproductibilidad técnica desligó al arte de su fundamento cultural: y el halo de su autonomía se extinguió para siempre. Se produjo entonces una modificación en la función artística que cayó fuera del campo de visión del siglo. E incluso se le ha escapado durante tiempo al siglo veinte, que es el que ha vivido el desarrollo del cine.

En vano se aplicó por de pronto mucha agudeza para decidir si la fotografía es un arte (sin plantearse la cuestión previa sobre si la invención de la primera no modificaba por entero el carácter del segundo). En seguida se encargaron los teóricos del cine de hacer el correspondiente y precipitado planteamiento. Pero las dificultades que la fotografía deparó a la estética tradicional fueron juego de niños comparadas con las que aguardaban a esta última en el cine. De ahí esa ciega vehemencia que caracteriza los comienzos de la teoría cinematográfica. Abel Gance, por ejemplo, compara el cine con los jeroglíficos: «Hemos aquí, en consecuencia de un prodigioso retroceso, otra vez en el nivel de expresión de los egipcios... El lenguaje de las imágenes no está todavía a

punto, porque nosotros no estamos aún hechos para ellas. No hay por ahora suficiente respeto, suficiente culto por lo que expresan». También Séverin-Mars escribe: «¿Qué otro arte tuvo un sueño más altivo... a la vez más poético y más real? Considerado desde este punto de vista representaría el cine un medio incomparable de expresión, y en su atmósfera debieran moverse únicamente personas del más noble pensamiento y en los momentos más perfectos y misteriosos de su carrera». Por su parte, Alexandre Arnoux concluye una fantasía sobre el cine mudo con la misma pregunta: «Todos los términos audaces que acabamos de emplear, ¿no definen al fin y al cabo la oración?». Resulta muy instructivo ver cómo, obligados por su empeño en ensamblar el cine en el arte, esos teóricos ponen en su interpretación, y por cierto sin reparo de ningún tipo, elementos culturales. Y sin embargo, cuando se publicaron estas especulaciones ya existían obras como *La opinión pública* y *La quimera del oro*. Lo cual no impide a Abel Gance aducir la comparación con los jeroglíficos y a Séverin-Mars hablar del cine como podría hablarse de las pinturas de Fra Angélico. Es significativo que autores especialmente reaccionarios busquen hoy la importancia del cine en la misma dirección, si no en lo sacral, si desde luego en lo sobrenatural. Con motivo de la realización de Reinhardt del *Sueño de una noche de verano* afirma Werfel que no cabe duda de que la copia estéril del mundo exterior con sus calles, sus interiores, sus estaciones, sus restaurantes, sus autos y sus playas es lo

que hasta ahora ha obstruido el camino para que el cine ascienda al reino del arte. «El cine no ha captado todavía su verdadero sentido, sus posibilidades reales... Estas consisten en su capacidad singularísima para expresar, con medios naturales y con una fuerza de convicción incomparable, lo quimérico, lo maravilloso, lo sobrenatural».

8

En definitiva, el actor de teatro presenta él mismo en persona al público su ejecución artística; por el contrario, la del actor de cine es presentada por medio de todo un mecanismo. Esto último tiene dos consecuencias. El mecanismo que pone ante el público la ejecución del actor cinematográfico no está atenido a respetarla en su totalidad. Bajo la guía del cámara va tomando posiciones a su respecto. Esta serie de posiciones, que el montador compone con el material que se le entrega, constituye la película montada por completo. La cual abarca un cierto número de momentos dinámicos que en cuanto tales tienen que serle conocidos a la cámara (para no hablar de enfoques especiales o de grandes planos). La actuación del actor está sometida por tanto a una serie de tests ópticos. Y ésta es la primera consecuencia de que su trabajo se exhiba por medio de un mecanismo. La segunda consecuencia estriba en que este actor, puesto que no es él mismo quien presenta a los espectadores su ejecución, se ve mermado en la posibilidad, reservada al actor de teatro, de acomodar su actuación al público durante la función. El espectador se encuentra pues en la actitud del experto que emite un dictamen sin que para ello le estorbe ningún tipo de contacto personal con el artista. Se compenetra con el actor sólo en tanto que se compenetra con el aparato. Adopta su actitud: hace test, y no es ésta una actitud a la que puedan someterse valores culturales.

9

Al cine le importa menos que el actor represente ante el público un personaje; lo que le importa es que se represente a sí mismo ante el mecanismo. Pirandello ha sido uno de los primeros en dar con este cambio que los tests imponen al actor. Las advertencias que hace a este respecto en su novela *Se rueda* quedan perjudicadas, pero sólo un poco, al limitarse a destacar el lado negativo del asunto. Menos aún les daña que se refieran únicamente al cine mudo. Puesto que el cine sonoro no ha introducido en este orden ninguna alteración fundamental. Sigue siendo decisivo representar para un aparato -o en el caso del cine sonoro para dos. «El actor de cine», escribe Pirandello, «se siente como en el exilio. Exiliado no sólo de la escena, sino de su propia persona. Con un oscuro malestar percibe el vacío inexplicable debido a que su cuerpo se convierte en un síntoma de deficiencia que se volatiliza y al que se expolia de su realidad, de su vida, de su voz y de los ruidos que produce al moverse, transformándose entonces en una imagen muda que tiembla en la pantalla un instante y que desaparece enseguida quedadamente... La pequeña máquina representa ante el público su sombra, pero él tiene que contentarse con representar ante la máquina». He aquí un estado de cosas que podríamos caracterizar así: por primera vez -y esto es obra del cine- llega el hombre a la situación de tener que actuar con toda su persona viva, pero renunciando a su aura. Porque el aura está ligada a su aquí y ahora. Del aura no hay copia. La que rodea a Macbeth en escena es inseparable de la que, para un público vivo, ronda al actor que le representa. Lo peculiar del rodaje en el estudio cinematográfico consiste

en que los aparatos ocupan el lugar del público. Y así tiene que desaparecer el aura del actor y con ella la del personaje que representa.

No es sorprendente que en su análisis del cine un dramaturgo como Pirandello toque instintivamente el fondo de la crisis que vemos sobrecoge al teatro. La escena teatral es de hecho la contrapartida más resuelta respecto de una obra de arte captada íntegramente por la reproducción técnica y que incluso, como el cine, procede de ella. Así lo confirma toda consideración mínimamente intrínseca. Espectadores peritos, como Arnheim en 1932, se han percatado hace tiempo de que en el cine «casi siempre se logran los mayores efectos si se actúa lo menos posible... El último progreso consiste en que se trata al actor como a un accesorio escogido característicamente... al cual se coloca en un lugar adecuado». Pero hay otra cosa que tiene con esto estrecha conexión. El artista que actúa en escena se transpone en un papel. Lo cual se le niega frecuentemente al actor de cine. Su ejecución no es unitaria, sino que se compone de muchas ejecuciones. Junto a miramientos ocasionales por el precio del alquiler de los estudios, por la disponibilidad de los colegas, por el decorado, etc., son necesidades elementales de la maquinaria las que desmenuzan la actuación del artista en una serie de episodios montables. Se trata sobre todo de la iluminación, cuya instalación obliga a realizar en muchas tomas, distribuidas a veces en el estudio en horas diversas, la exposición de un proceso que en la pantalla aparece como un veloz decurso unitario. Para no hablar de montajes mucho más palpables. El salto desde una ventana puede rodarse en forma de salto desde el andamiaje en los estudios y, si se da el caso, la fuga subsiguiente se tomará semanas más tarde en exteriores. Por lo demás es fácil construir casos muchísimo más paradójicos. Tras una llamada a la puerta se exige del actor que se estremezca. Quizás ese sobresalto no ha salido tal y como se desea. El director puede entonces recurrir a la estratagema siguiente: cuando el actor se encuentre ocasionalmente otra vez en el estudio le disparan, sin que él lo sepa, un tiro por la espalda. Se filma su susto en ese instante y se monta luego en la película. Nada pone más drásticamente de bulto que el arte se ha escapado del reino del *halo de lo bello*, único en el que se pensó por largo tiempo que podía alcanzar florecimiento.

10

El extrañamiento del actor frente al mecanismo cinematográfico es de todas, tal y como lo describe Pirandello, de la misma índole que el que siente el hombre ante su aparición en el espejo. Pero es que ahora esa imagen del espejo puede despegarse de él, se ha hecho transportable. ¿Y adónde se la transporta? Ante el público. Ni un solo instante abandona al actor de cine la consciencia de ello. Mientras está frente a la cámara sabe que en última instancia es con el público con quien tiene que habérselas: con el público de consumidores que forman el mercado. Este mercado, al que va no sólo con su fuerza de trabajo, sino con su piel, con sus entrañas todas, le resulta, en el mismo instante en que determina su actuación para él, tan poco asible como lo es para cualquier artículo que se hace en una fábrica. ¿No tendrá parte esta circunstancia en la congoja, en esa angustia que, según Pirandello, sobrecoge al actor ante el aparato? A la atrofia del aura el cine responde con una construcción artificial de la *personality* fuera de los estudios; el culto a las «estrellas», fomentado por el capital cinematográfico, conserva aquella magia de la personalidad, pero reducida, desde hace ya tiempo, a la magia averiada de su carácter de mercancía. Mientras sea el capital quien de en él el tono, no podrá adjudicársele al cine actual otro mérito revolucionario que el de apoyar una crítica revolucionaria de las concepciones que hemos heredado sobre el arte. Claro que no

discutimos que en ciertos casos pueda hoy el cine apoyar además una crítica revolucionaria de las condiciones sociales, incluso del orden de la propiedad. Pero no es éste el centro de gravedad de la presente investigación (ni lo es tampoco de la producción cinematográfica de Europa occidental).

Es propio de la técnica del cine, igual que de la del deporte, que cada quisque asista a sus exhibiciones como un medio especialista. Bastaría con haber escuchado discutir los resultados de una carrera ciclista a un grupo de repartidores de periódicos, recostados sobre sus bicicletas, para entender semejante estado de la cuestión. Los editores de periódicos no han organizado en balde concursos de carreras entre sus jóvenes repartidores. Y por cierto que despiertan gran interés en los participantes. El vencedor tiene la posibilidad de ascender de repartidor de diarios a corredor de carreras. Los noticieros, por ejemplo, abren para todos la perspectiva de ascender de transeúntes a comparsas en la pantalla. De este modo puede en ciertos casos hasta verse incluido en una obra de arte -recordemos *Tres canciones sobre Lenin* de Wertoff o *Borinaje* de Ivens. Cualquier hombre aspirará hoy a participar en un rodaje. Nada ilustrará mejor esta aspiración que una cala en la situación histórica de la literatura actual.

Durante siglos las cosas estaban así en la literatura: a un escaso número de escritores se enfrentaba un número de lectores mil veces mayor. Pero a fines del siglo pasado se introdujo un cambio. Con la creciente expansión de la prensa, que proporcionaba al público lector nuevos órganos políticos, religiosos, científicos, profesionales y locales, una parte cada vez mayor de esos lectores pasó, por de pronto ocasionalmente, del lado de los que escriben. La cosa empezó al abrirles su *buzón* la prensa diaria; hoy ocurre que apenas hay un europeo en curso de trabajo que no haya encontrado alguna vez ocasión de publicar una experiencia laboral, una queja, un reportaje o algo parecido. La distinción entre autor y público está por tanto a punto de perder su carácter sistemático. Se convierte en funcional y discurre de distinta manera en distintas circunstancias. El lector está siempre dispuesto a pasar a ser un escritor. En cuanto perito (que para bien o para mal en perito tiene que acabar en un proceso laboral sumamente especializado, si bien su peritaje lo será sólo de una función mínima), alcanza acceso al estado de autor. En la Unión Soviética es el trabajo mismo el que toma la palabra. Y su exposición verbal constituye una parte de la capacidad que es requisito para su ejercicio. La competencia literaria ya no se funda en una educación especializada, sino politécnica. Se hace así patrimonio común.

Todo ello puede transponerse sin más al cine, donde ciertas remociones, que en la literatura han reclamado siglos, se realizan en el curso de un decenio. En la praxis cinematográfica -sobre todo en la rusa- se ha consumado ya esa remoción esporádicamente. Una parte de los actores que encontramos en el cine ruso no son actores en nuestro sentido, sino gentes que desempeñan su propio papel, sobre todo en su actividad laboral. En Europa occidental la explotación capitalista del cine prohíbe atender la legítima aspiración del hombre actual a ser reproducido. En tales circunstancias la industria cinematográfica tiene gran interés en aguljonar esa participación de las masas por medio de representaciones ilusorias y especulaciones ambivalentes.

completamente inconcebibles. Representa un proceso en el que es imposible ordenar una sola perspectiva sin que todo un mecanismo (aparatos de iluminación, cuadro de ayudantes, etc.), que de suyo no pertenece a la escena filmada, interfiera en el campo visual del espectador (a no ser que la disposición de su pupila coincida con la de la cámara). Esta circunstancia hace, más que cualquier otra, que las semejanzas, que en cierto modo se dan entre una escena en el estudio cinematográfico y en las tablas, resulten superficiales y de poca monta. El teatro conoce por principio el emplazamiento desde el que no se descubre sin más ni más que lo que sucede es ilusión. En el rodaje de una escena cinematográfica no existe ese emplazamiento. La naturaleza de su ilusión es de segundo grado; es un resultado del montaje. Lo cual significa: en el estudio de cine el mecanismo ha penetrado tan hondamente en la realidad que el aspecto puro de ésta, libre de todo cuerpo extraño, es decir técnico, no es más que el resultado de un procedimiento especial, a saber el de la toma por medio de un aparato fotográfico dispuesto a este propósito y su montaje con otras tomas de igual índole. Despojada de todo aparato, la realidad es en este caso sobremanera artificial, y en el país de la técnica la visión de la realidad inmediata se ha convertido en una flor imposible.

Este estado de la cuestión, tan diferente del propio del teatro, es susceptible de una confrontación muy instructiva con el que se da en la pintura. Es preciso que nos preguntemos ahora por la relación que hay entre el operador y el pintor. Nos permitiremos una construcción auxiliar apoyada en el concepto de operador usual en cirugía. El cirujano representa el polo de un orden cuyo polo opuesto ocupa el mago. La actitud del mago, que cura al enfermo imponiéndole las manos, es distinta de la del cirujano que realiza una intervención. El mago mantiene la distancia natural entre él mismo y su paciente. Dicho más exactamente: la aminora sólo un poco por virtud de la imposición de sus manos, pero la acrecienta mucho por virtud de su autoridad. El cirujano procede al revés: aminora mucho la distancia para con el paciente al penetrar dentro de él, pero la aumenta sólo un poco por la cautela con que sus manos se mueven entre sus órganos. En una palabra: a diferencia del mago (y siempre hay uno en el médico de cabecera) el cirujano renuncia en el instante decisivo a colocarse frente a su enfermo como hombre frente a hombre; más bien se adentra en él operativamente. Mago y cirujano se comportan uno respecto del otro como el pintor y el cámara. El primero observa en su trabajo una distancia natural para con su dato; el cámara por el contrario se adentra hondo en la textura de los datos. Las imágenes que consiguen ambos son enormemente diversas. La del pintor es total y la del cámara múltiple, troceada en partes que se juntan según una ley nueva. La representación cinematográfica de la realidad es para el hombre actual incomparablemente más importante, puesto que garantiza, por razón de su intensa compenetración con el aparato, un aspecto de la realidad despojado de todo aparato que ese hombre está en derecho de exigir de la obra de arte.

12

La reproductibilidad técnica de la obra artística modifica la relación de la masa para con el arte. De retrógrada, frente a un Picasso por ejemplo, se transforma en progresiva, por ejemplo cara a un Chaplin. Este comportamiento progresivo se caracteriza porque el gusto por mirar y por vivir se vincula en él íntima e inmediatamente con la actitud del que opina como perito. Esta vinculación es un indicio social importante. A saber, cuanto más disminuye la importancia social de un arte, tanto más se disocian en el público la actitud crítica y la frutiva. De lo convencional se disfruta sin criticarlo, y se critica con aversión lo verdaderamente nuevo. En el público del cine coinciden la actitud crítica y la frutiva. Y desde luego que la circunstancia

decisiva es ésta: las reacciones de cada uno, cuya suma constituye la reacción masiva del público, jamás han estado como en el cine tan condicionadas de antemano por su inmediata, inminente masificación. Y en cuanto se manifiestan, se controlan. La comparación con la pintura sigue siendo provechosa. Un cuadro ha tenido siempre la aspiración eminente a ser contemplado por uno o por pocos. La contemplación simultánea de cuadros por parte de un gran público, tal y como se generaliza en el siglo XIX, es un síntoma temprano de la crisis de la pintura, que en modo alguno desató solamente la fotografía, sino que con relativa independencia de ésta fue provocada por la pretensión por parte de la obra de arte de llegar a las masas.

Ocurre que la pintura no está en situación de ofrecer objeto a una recepción simultánea y colectiva. Desde siempre lo estuvo en cambio la arquitectura, como lo estuvo antaño el epos y lo está hoy el cine. De suyo no hay por qué sacar de este hecho conclusiones sobre el papel social de la pintura, aunque si pese sobre ella como perjuicio grave cuando, por circunstancias especiales y en contra de su naturaleza, ha de confrontarse con las masas de una manera inmediata. En las iglesias y monasterios de la Edad Media, y en las cortes principescas hasta casi finales del siglo dieciocho, la recepción colectiva de pinturas no tuvo lugar simultáneamente, sino por mediación de múltiples grados jerárquicos. Al suceder de otro modo, cobra expresión el especial conflicto en que la pintura se ha enredado a causa de la reproductibilidad técnica de la imagen. Por mucho que se ha intentado presentarla a las masas en museos y en exposiciones, no se ha dado con el camino para que esas masas puedan organizar y controlar su recepción. Y así el mismo público que es retrógrado frente al surrealismo, reaccionará progresivamente ante una película cómica.

13

El cine no sólo se caracteriza por la manera como el hombre se presenta ante el aparato, sino además por cómo con ayuda de éste se representa el mundo en torno. Una ojeada a la psicología del rendimiento nos ilustrará sobre la capacidad del aparato para hacer tests. Otra ojeada al psicoanálisis nos ilustrará sobre lo mismo bajo otro aspecto. El cine ha enriquecido nuestro mundo perceptivo con métodos que de hecho se explicarían por los de la teoría freudiana. Un lapsus en la conversación pasaba hace cincuenta años más o menos desapercibido. Resultaba excepcional que de repente abriese perspectivas profundas en esa conversación que parecía antes discurrir superficialmente. Pero todo ha cambiado desde la *Psicopatología de la vida cotidiana*. Esta ha aislado cosas (y las ha hecho analizables), que antes nadaban inadvertidas en la ancha corriente de lo percibido. Tanto en el mundo óptico, como en el acústico, el cine ha traído consigo una profundización similar de nuestra apercepción. Pero esta situación tiene un reverso: las ejecuciones que expone el cine son pasibles de análisis mucho más exacto y más rico en puntos de vista que el que se llevaría a cabo sobre las que se representan en la pintura o en la escena. El cine indica la situación de manera incomparablemente más precisa, y esto es lo que constituye su mayor susceptibilidad de análisis frente a la pintura; respecto de la escena, dicha capacidad está condicionada porque en el cine hay también más elementos susceptibles de ser aislados. Tal circunstancia tiende a favorecer -y de ahí su capital importancia- la interpenetración recíproca de ciencia y arte. En realidad, apenas puede señalarse si un comportamiento limpiamente dispuesto dentro de una situación determinada (como un músculo en un cuerpo) atrae más por su valor artístico o por la utilidad científica que rendiría. Una de las funciones revolucionarias del cine consistirá en hacer que se reconozca que la utilización científica de la fotografía y su utilización artística son idénticas. Antes iban generalmente cada una por su lado.

Haciendo primeros planos de nuestro inventario, subrayando detalles escondidos de nuestros enseres más corrientes, explorando entornos triviales bajo la guía genial del objetivo, el cine aumenta por un lado los atisbos en el curso irresistible por el que se rige nuestra existencia, pero por otro lado nos asegura un ámbito de acción insospechado, enorme. Parecía que nuestros bares, nuestras oficinas, nuestras viviendas amuebladas, nuestras estaciones y fábricas nos aprisionaban sin esperanza. Entonces vino el cine y con la dinamita de sus décimas de segundo hizo saltar ese mundo carcelario. Y ahora emprendemos entre sus dispersos escombros viajes de aventuras. Con el primer plano se ensancha el espacio y bajo el retardador se alarga el movimiento. En una ampliación no sólo se trata de aclarar lo que de otra manera no se vería claro, sino que más bien aparecen en ella formaciones «estructurales del todo nuevas. Y tampoco el retardador se limita a aportar temas conocidos del movimiento, sino que en éstos descubre otros enteramente desconocidos que «en absoluto operan como lentificaciones de movimientos más rápidos, sino propiamente en cuanto movimientos deslizantes, flotantes, supraterráneos». Así es como resulta perceptible que la naturaleza que habla a la cámara no es la misma que la que habla al ojo. Es sobre todo distinta porque en lugar de un espacio que trama el hombre con su consciencia presenta otro tramado inconscientemente. Es corriente que pueda alguien darse cuenta, aunque no sea más que a grandes rasgos, de la manera de andar de las gentes, pero desde luego que nada sabe de su actitud en esa fracción de segundo en que comienzan a alargar el paso. Nos resulta más o menos familiar el gesto que hacemos al coger el encendedor o la cuchara, pero apenas si sabemos algo de lo que ocurre entre la mano y el metal, cuanto menos de sus oscilaciones según los diversos estados de ánimo en que nos encontremos. Y aquí es donde interviene la cámara con sus medios auxiliares, sus subidas y sus bajadas, sus cortes y su capacidad aislativa, sus dilataciones y arrezagamientos de un decurso, sus ampliaciones y disminuciones. Por su virtud experimentamos el inconsciente óptico, igual que por medio del psicoanálisis nos enteramos del inconsciente pulsional.

14

Desde siempre ha venido siendo uno de los cometidos más importantes del arte provocar una demanda cuando todavía no ha sonado la hora de su satisfacción plena. La historia de toda forma artística pasa por tiempos críticos en los que tiende a urgir efectos que se darían sin esfuerzo alguno en un tenor técnico modificado, esto es, en una forma artística nueva. Y así las extravagancias y crudezas del arte, que se producen sobre todo en los llamados tiempos decadentes, provienen en realidad de su centro virtual histórico más rico. Ultimamente el dadaísmo ha rebotado de semejantes barbaridades. Sólo ahora entendemos su impulso: el dadaísmo intentaba, con los medios de la pintura (o de la literatura respectivamente), producir los efectos que el público busca hoy en el cine.

Toda provocación de demandas fundamentalmente nuevas, de esas que abren caminos, se dispara por encima de su propia meta. Así lo hace el dadaísmo en la medida en que sacrifica valores del mercado, tan propios del cine, en favor de intenciones más importantes de las que, tal y como aquí las describimos, no es desde luego consciente. Los dadaístas dieron menos importancia a la utilidad mercantil de sus obras de arte que a su inutilidad como objetos de inmersión contemplativa. Y en buena parte procuraron alcanzar esa inutilidad por medio de una degradación sistemática de su material. Sus poemas son «ensaladas de palabras» que contienen giros obscenos y todo detritus verbal imaginable. E igual pasa con sus cuadros,

sobre los que montaban botones o billetes de tren o de metro o de tranvía. Lo que consiguen de esta manera es una destrucción sin miramientos del aura de sus creaciones. Con los medios de producción imprimen en ellas el estigma de las reproducciones. Ante un cuadro de Arp o un poema de August Stramm es imposible emplear un tiempo en recogerse y formar un juicio, tal y como lo haríamos ante un cuadro de Derain o un poema de Rilke. Para una burguesía degenerada el recogimiento se convirtió en una escuela de conducta asocial, y a él se le enfrenta ahora la distracción como una variedad de comportamiento social. Al hacer de la obra de arte un centro de escándalo, las manifestaciones dadaístas garantizaban en realidad una distracción muy vehemente. Había sobre todo que dar satisfacción a una exigencia, provocar escándalo público.

De ser una apariencia atractiva o una hechura sonora convincente, la obra de arte pasó a ser un proyectil. Chocaba con todo destinatario. Había adquirido una calidad táctil. Con lo cual favoreció la demanda del cine, cuyo elemento de distracción es táctil en primera línea, es decir que consiste en un cambio de escenarios y de enfoques que se adentran en el espectador como un choque. Comparemos el lienzo (pantalla) sobre el que se desarrolla la película con el lienzo en el que se encuentra una pintura. Este último invita a la contemplación; ante él podemos abandonarnos al fluir de nuestras asociaciones de ideas. Y en cambio no podremos hacerlo ante un plano cinematográfico. Apenas lo hemos registrado con los ojos y ya ha cambiado. No es posible fijarlo. Duhamel, que odia el cine y no ha entendido nada de su importancia, pero sí lo bastante de su estructura, anota esta circunstancia del modo siguiente: «Ya no puedo pensar lo que quiero. Las imágenes movilizadas sustituyen a mis pensamientos». De hecho, el curso de las asociaciones en la mente de quien contempla las imágenes queda enseguida interrumpido por el cambio de éstas. Y en ello consiste el efecto de choque del cine que, como cualquier otro, pretende ser captado gracias a una presencia de espíritu más intensa. Por virtud de su estructura técnica el cine ha liberado al efecto físico de choque del embalaje por así decirlo moral en que lo retuvo el dadaísmo.

15

La masa es una matriz de la que actualmente surge, como vuelto a nacer, todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas. La cantidad se ha convertido en calidad: el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación. Que el observador no se llame a engaño porque dicha participación aparezca por de pronto bajo una forma desacreditada. No han faltado los que, guiados por su pasión, se han atenido precisamente a este lado superficial del asunto. Duhamel es entre ellos el que se ha expresado de modo más radical. Lo que agradece al cine es esa participación peculiar que despierta en las masas. Le llama «pasatiempo para parias, disipación para iletrados, para criaturas miserables aturdidas por sus trajines y sus preocupaciones... un espectáculo que no reclama esfuerzo alguno, que no supone continuidad en las ideas, que no plantea ninguna pregunta, que no aborda con seriedad ningún problema, que no enciende ninguna pasión, que no alumbró ninguna luz en el fondo de los corazones, que no excita ninguna otra esperanza a no ser la esperanza ridícula de convertirse un día en «star» en Los Angeles». Ya vemos que en el fondo se trata de la antigua queja: las masas buscan disipación, pero el arte reclama recogimiento. Es un lugar común. Pero debemos preguntarnos si da lugar o no para hacer una investigación acerca del cine.

Se trata de mirar más de cerca. Disipación y recogimiento se contraponen hasta tal punto que permiten la fórmula siguiente: quien se recoge ante una obra de arte, se sumerge en ella; se adentra en esa obra, tal y como narra la leyenda que le ocurrió a un pintor chino al contemplar acabado su cuadro. Por el contrario, la masa dispersa sumerge en sí misma a la obra artística. Y de manera especialmente patente a los edificios. La arquitectura viene desde siempre ofreciendo el prototipo de una obra de arte, cuya recepción sucede en la disipación y por parte de una colectividad. Las leyes de dicha recepción son sobremanera instructivas.

Las edificaciones han acompañado a la humanidad desde su historia primera. Muchas formas artísticas han surgido y han desaparecido. La tragedia nace con los griegos para apagarse con ellos y revivir después sólo en cuanto a sus reglas. El epos, cuyo origen está en la juventud de los pueblos, caduca en Europa al terminar el Renacimiento. La pintura sobre tabla es una creación de la Edad Media y no hay nada que garantice su duración ininterrumpida. Pero la necesidad que tiene el hombre de alojamiento si que es estable. El arte de la edificación no se ha interrumpido jamás. Su historia es más larga que la de cualquier otro arte, y su eficacia al presentizarse es importante para todo intento de dar cuenta de la relación de las masas para con la obra artística. Las edificaciones pueden ser recibidas de dos maneras: por el uso y por la contemplación. O mejor dicho: táctil y ópticamente. De tal recepción no habrá concepto posible si nos la representamos según la actitud recogida que, por ejemplo, es corriente en turistas ante edificios famosos. A saber: del lado táctil no existe correspondencia alguna con lo que del lado óptico es la contemplación. La recepción táctil no sucede tanto por la vía de la atención como por la de la costumbre. En cuanto a la arquitectura, esta última determina en gran medida incluso la recepción óptica. La cual tiene lugar, de suyo, mucho menos en una atención tensa que en una advertencia ocasional. Pero en determinadas circunstancias esta recepción formada en la arquitectura tiene valor canónico. Porque las tareas que en tiempos de cambio se le imponen al aparato perceptivo del hombre no pueden resolverse por la vía meramente óptica, esto es por la de la contemplación. Poco a poco quedan vencidas por la costumbre (bajo la guía de la recepción táctil).

También el disperso puede acostumbrarse. Más aún: sólo cuando resolverlas se le ha vuelto una costumbre, probará poder hacerse en la dispersión con ciertas tareas. Por medio de la dispersión, tal y como el arte la depara, se controlará bajo cuerda hasta qué punto tienen solución las tareas nuevas de la apercepción. Y como, por lo demás, el individuo está sometido a la tentación de hurtarse a dichas tareas, el arte abordará la más difícil e importante movilizando a las masas. Así lo hace actualmente en el cine. La recepción en la dispersión, que se hace notar con insistencia creciente en todos los terrenos del arte y que es el síntoma de modificaciones de hondo alcance en la apercepción, tiene en el cine su instrumento de entrenamiento. El cine corresponde a esa forma receptiva por su efecto de choque. No sólo reprime el valor cultural porque pone al público en situación de experto, sino además porque dicha actitud no incluye en las salas de proyección atención alguna. El público es un examinador, pero un examinador que se dispersa.

Epilogo

La proletarianización creciente del hombre actual y el alineamiento también creciente de las masas son dos caras de uno y el mismo suceso. El fascismo intenta organizar las masas recientemente proletarianizadas sin tocar las condiciones de la propiedad que dichas masas urgen por suprimir. El fascismo ve su salvación en

que las masas lleguen a expresarse (pero que ni por asomo hagan valer sus derechos). Las masas tienen derecho a exigir que se modifiquen las condiciones de la propiedad; el fascismo procura que se expresen precisamente en la conservación de dichas condiciones. En consecuencia, desemboca en un esteticismo de la vida política. A la violación de las masas, que el fascismo impone por la fuerza en el culto a un caudillo, corresponde la violación de todo un mecanismo puesto al servicio de la fabricación de valores culturales.

Todos los esfuerzos por un esteticismo político culminan en un solo punto. Dicho punto es la guerra. La guerra, y sólo ella, hace posible dar una meta a movimientos de masas de gran escala, conservando a la vez las condiciones heredadas de la propiedad. Así es como se formula el estado de la cuestión desde la política. Desde la técnica se formula del modo siguiente: sólo la guerra hace posible movilizar todos los medios técnicos del tiempo presente, conservando a la vez las condiciones de la propiedad. Claro que la apoteosis de la guerra en el fascismo no se sirve de estos argumentos. A pesar de lo cual es instructivo echarles una ojeada. En el manifiesto de Marinetti sobre la guerra colonial de Etiopía se llega a decir: «Desde hace veintisiete años nos estamos alzando los futuristas en contra de que se considere a la guerra antiestética... Por ello mismo afirmamos: la guerra es bella, porque, gracias a las máscaras de gas, al terrorífico megáfono, a los lanzallamas y a las tanquetas, funda la soberanía del hombre sobre la máquina subyugada. La guerra es bella, porque inaugura el sueño de la metalización del cuerpo humano. La guerra es bella, ya que enriquece las praderas florecidas con las orquídeas de fuego de las ametralladoras. La guerra es bella, ya que reúne en una sinfonía los tiroteos, los cañonazos, los altos el fuego, los perfumes y olores de la descomposición. La guerra es bella, ya que crea arquitecturas nuevas como la de los tanques, la de las escuadrillas formadas geométricamente, la de las espirales de humo en las aldeas incendiadas y muchas otras... ¡Poetas y artistas futuristas... acordaos de estos principios fundamentales de una estética de la guerra para que iluminen vuestro combate por una nueva poesía, por unas artes plásticas nuevas! ».

Este manifiesto tiene la ventaja de ser claro. Merece que el dialéctico adopte su planteamiento de la cuestión. La estética de la guerra actual se le presenta de la manera siguiente: mientras que el orden de la propiedad impide el aprovechamiento natural de las fuerzas productivas, el crecimiento de los medios técnicos, de los ritmos, de las fuentes de energía, urge un aprovechamiento antinatural. Y lo encuentra en la guerra que, con sus destrucciones, proporciona la prueba de que la sociedad no estaba todavía lo bastante madura para hacer de la técnica su órgano, y de que la técnica tampoco estaba suficientemente elaborada para dominar las fuerzas elementales de la sociedad. La guerra imperialista está determinada en sus rasgos atroces por la discrepancia entre los poderosos medios de producción y su aprovechamiento insuficiente en el proceso productivo (con otras palabras: por el paro laboral y la falta de mercados de consumo). La guerra imperialista es un levantamiento de la técnica, que se cobra en el material humano las exigencias a las que la sociedad ha sustraído su material natural. En lugar de canalizar ríos, dirige la corriente humana al lecho de sus trincheras; en lugar de esparcir grano desde sus aeroplanos, esparce bombas incendiarias sobre las ciudades; y la guerra de gases ha encontrado un medio nuevo para acabar con el aura.

«Fiat ars, pereat mundus», dice el fascismo, y espera de la guerra, tal y como lo confiesa Marinetti, la satisfacción artística de la percepción sensorial modificada por la técnica. Resulta patente que esto es la realización acabada del «arte pour l'art». La humanidad, que antaño, en Homero, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden. Este es el esteticismo de la política que el fascismo propugna. El comunismo le contesta con la politización del arte.

GUÍA PARA EL ESTUDIO DE LA UNIDAD I

RESUMEN

Contextualización histórica y social de las corrientes de pensamiento que dieron origen en Europa, principalmente en Alemania, Francia e Italia, del paradigma Crítico, teniendo como texto fundacional para la investigación comunicativa la obra de Max Horkheimer y Theodor Adorno: “La industria cultural”.

Análisis de otra obra seminal de la Teoría Crítica, representada por Walter Benjamin, para animar el estudio de los mensajes a partir de las posibilidades de la producción en serie, por dispositivos técnicos que se podría decir anticipan las lógicas de las actuales formas de comunicación y sus recursos tecnológicos.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda enfatizar las diferencias ideológicas, que repercutieron en las aproximaciones teóricas y metodológicas, entre la Teoría Crítica y el Funcionalismo Norteamericano.

Se recomienda complementar esta lectura con referencias a obras de autores como Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, Erich Fromm, que también representaron la episteme crítica en el estudio de la comunicación masiva y en las organizaciones.

UNIDAD II. ENFOQUES CRITICOS APLICADOS EN LA COMUNICACION

Conocer los enfoques teóricos – metodológicos de la economía política crítica, el imperialismo cultural y el análisis ideológico de los medios de comunicación para comprender la articulación del carácter tanto comercial como político e ideológico de las industrias culturales y proyectar de modo reflexivo y crítico la intervención en los campos profesionales de la comunicación.

CONCEPTOS:

- Imperialismo cultural.
- Economía política crítica.
- Análisis ideológico de los medios.
- Experiencias latinoamericanas de investigación.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN:

- Investigar sobre la situación actual de los medios de comunicación desde la perspectiva de la economía política crítica y el imperialismo cultural: producción, distribución y consumo de mensajes producidos por corporativos mediáticos.
- Debatir en el aula sobre el impacto en la cultura y la sociedad contemporánea de los mensajes difundidos por las empresas transnacionales de comunicación.

ACTIVIDAD REFLEXIVA:

- ¿Cómo funcionan las empresas de comunicación cuyos medios y mensajes se producen, distribuyen y consumen en todo el mundo?
- ¿Qué importancia tienen para la cultura y la economía de países como México las corporaciones mediáticas y cómo afectan o contribuyen al desarrollo local y global?
- De acuerdo con el siguiente gráfico, discute y desarrolla la relación entre poder y comunicación.



ESQUEMA 3. *Elaboración Propia.* Basado en ESPINAR, Eva et al (2006): *Introducción a la sociología de la comunicación*, España, Universidad de Alicante. Capítulo 5: "El cuarto poder" pp. 95-119

LECTURA

UNIDAD DE COMPETENCIA II: ENFOQUES CRÍTICOS APLICADOS EN LA COMUNICACIÓN	
BIBLIOGRAFÍA	CAPÍTULO SELECCIONADO
1. ESPINAR, Eva et al (2006): <i>Introducción a la sociología de la comunicación</i> , España, Universidad de Alicante.	Capítulo 5: “El cuarto poder” pp. 95-119.

4. ESPINAR, Eva et al (2006): *Introducción a la sociología de la comunicación*, España, Universidad de Alicante.

Capítulo 5: "El cuarto poder" pp. 95-119.

CAPÍTULO 5 EL CUARTO PODER

I. INTRODUCCIÓN

Siempre ha existido un gran interés por estudiar y conocer en profundidad tanto el poder como las dinámicas y procesos que éste produce. En épocas anteriores, la preocupación se orientaba hacia cuestiones de carácter filosófico (justificación y legitimidad del poder) o de carácter político (mejor forma de gobierno).

En la antigüedad, el poder siempre había estado concentrado en unas pocas manos, otorgándose a éstas un gran control sobre toda la población. Las formas de gobierno habituales siempre habían oscilado entre la monarquía y la oligarquía. Este hecho se quiebra con la aparición de la democracia ateniense, si bien es cierto que esta afirmación debería ser analizada con mayor detalle¹.

Con posterioridad, se llevaron a la práctica algunas fórmulas que contribuían a la limitación del poder. En la República romana, precisamente para evitar los excesos del poder unitario y absoluto de la monarquía, se estableció la creación de tres cuerpos políticos distintos: los cónsules, que tenían el poder ejecutivo; los senadores, que se encargaba de la gestión, la administración y algunas parcelas legislativas; y los tribunales, formados por el pueblo y que tenían tareas principalmente de control.

Tras estas experiencias, se produjo un largo período en el que el poder se justificaba recurriendo a la divinidad y a la concesión de representación que ésta otorgaba a las figuras de los monarcas y de las altas jerarquías eclesiásticas, que sólo comenzó a variar llegado ya el Renacimiento, momento en el que, con el surgimiento de las primeras ciudades-estado y los posteriores estado pluriurbano y estado unitario, se retoma la preocupación y el interés por describir el buen gobierno. Es entonces cuando se comienza a cuestionar si el poder tiene una justificación divina, o si la soberanía reside en el pueblo.

¹ Siendo cierto que los ciudadanos atenienses participaban en la toma de decisiones públicas, las características de la sociedad ateniense hacen cuestionar que se produjera un gobierno del pueblo o de la mayoría.

Entre los primeros análisis que sobre la realidad social se hicieron ya en el siglo XVIII, destaca la idea acerca de la concentración del poder en un ente unitario como algo indeseable, es decir, aunque es posible que el poder se concentre en una o pocas manos; es deseable que este hecho no se produzca.

Tanto Hobbes como Montesquieu consideraban que la tendencia natural del ser humano empuja a éste a desear cada vez mayores cotas de poder y, por tanto, a abusar de él. Diferencia a ambos autores la cuestión de la inevitabilidad de esa tendencia. Mientras que para Hobbes⁹, esa naturaleza humana sólo puede concluir con la muerte¹⁰, para Montesquieu esa tendencia podría frenarse mediante el establecimiento de límites. Resultado de este planteamiento fue la formulación, por parte de Montesquieu¹¹ de la necesidad de separar el poder, de manera que se pudieran evitar los abusos que, como ya se ha mencionado, por naturaleza todo ser humano tiende a cometer.

Así, a Montesquieu se debe la actual separación de poderes vigente todavía en los estados democráticos: poder ejecutivo, poder legislativo y poder judicial. Propone desarrollar el conjunto de antagonismos que contiene el poder, para ponerlos al servicio de la ley, que es la antítesis del poder. La idea de fondo consiste en que mediante la separación de las tres funciones primordiales del poder en las sociedades (legislar, ejecutar las leyes, juzgar su incumplimiento), se podría evitar que alguien que acaparara esas atribuciones tratara de imponerse y controlar al conjunto de la ciudadanía. El modo en que esto se lograría sería mediante el control mutuo que los tres poderes efectuarían de ellos mismos, de manera que ante los abusos de uno de ellos, siempre habría dos para contrarrestarlo.

Con el paso de los años, la experiencia resultante de la aplicación de este principio de la separación de poderes demostró que estaba siendo más frecuente la tendencia al agrupamiento, concentración y cooperación de esos tres poderes, que la tendencia a la separación y autocontrol de los mismos, provocando así situaciones en las que esos tres poderes servían para controlar y dominar a los ciudadanos y no para evitar esos abusos ante los que la ciudadanía se hallaba indefensa. En esas circunstancias aparecen los medios de comunicación como portavoces de los ciudadanos, denunciando el abuso de poder, el abuso de autoridad o el enjuiciamiento erróneo de un inocente. Y es de aquí de donde surge el apelativo de cuarto poder, puesto que el papel de los medios consistiría

⁹ Idea presenté en su obra *Leviatán*. Aquí se ha empleado la edición de Alianza (1989).

¹⁰ La idea ha pasado a la historia con la célebre frase: «El hombre es un lobo para el hombre». Su obra *Del espíritu de las leyes* fue publicada por primera vez en 1748, reeditándose posteriormente en numerosas ocasiones. Aquí se ha empleado la edición de Heliastás (1984).

en vigilar el funcionamiento de los otros tres poderes establecidos por Montesquieu.

Pero nuevamente el tiempo ha situado al llamado cuarto poder en su lugar, puesto que como afirman diversos autores, cada vez se produce una mayor confusión entre los medios de comunicación dominantes y el poder¹², de manera que resulta lícito plantearse si estos medios continúan desempeñando esa función de control o contrapoder que se le otorgaba tradicionalmente al cuarto poder. Esto ha empujado a algunos autores como Ibáñez (1989), a decir que cada vez más se produce una identificación entre la información ofrecida por los medios y la versión oficial que transmiten los gobiernos.

2: MODELOS DE RELACIÓN ENTRE PODER Y COMUNICACIÓN

Algunos autores como McQuail (1999) plantean dos modelos opuestos para explicar la relación entre poder y comunicación. Por un lado, hablan del modelo de dominación, en el que los medios de comunicación de masas están controlados por otras instituciones; difunden una visión del mundo interesada y muy limitada; reducen la capacidad crítica de las audiencias, de manera que éstas se ven obligadas a aceptar la visión del mundo ofrecida por esos medios. Este modelo tiene como consecuencia la legitimación de la estructura de poder establecido, ya que elimina completamente cualquier capacidad de crítica por parte de los ciudadanos, convirtiéndolos en meros espectadores.

Por otro lado, el modelo pluralista de relación entre comunicación y poder, opuesto en gran medida al anterior, no establece la existencia de una élite unificada y homogénea, capaz de imponer y mantener ese control sobre los medios de comunicación. Según este modelo, la gran cantidad de medios de comunicación existente asegura la independencia de unos respecto a otros. De ese modo, los contenidos que ofrecen son diversos y compiten entre sí para cubrir las demandas de la audiencia. En ese sentido, la audiencia es presentada como un ente capaz de resistir la persuasión y reaccionar ante la oferta de los medios de manera imprevisible. En resumen, este segundo modelo responde a una visión idealizada de los efectos del liberalismo y libre mercado en el terreno de la comunicación.

Obviamente, entre las dos posturas consideradas existen otras intermedias, en las que, si bien se acepta la existencia de cierto margen de libertad en los medios de comunicación, también se reconoce que el fenómeno del control de los medios resulta prácticamente inevitable. De

¹² Ejemplos significativos serían Ignacio Ramonet o Noam Chomsky.

todos modos, lo que queda fuera de toda duda es que los grupos minoritarios u opositores a los poderes establecidos tienen grandes dificultades para crear y mantener sus propios medios de comunicación alternativos.

3. TEORÍA POLÍTICO-ECONÓMICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Tal y como recoge McQuail (op. cit.), en el análisis de los medios de comunicación, se ha recuperado una vieja teoría crítica, de inspiración marxista, que se centra en el estudio de las estructuras y las dinámicas económicas de la industria mediática, así como en la carga ideológica presente en los medios.

Esta teoría podría definirse por su marcado interés en el análisis empírico de la estructura de propiedad y control de los medios de comunicación, centrándose de manera especial en los intereses económicos que actúan determinando el funcionamiento de los medios de comunicación.

Tal y como se verá en posteriores apartados, su principal aportación estaría relacionada con la afirmación de que en las sociedades capitalistas, la clase dominante crea sistemas culturales útiles para la transmisión de valores fundamentales para perpetuar su dominación. Esta idea tendría una doble vertiente, ya que tratan de perpetuar la dominación tanto en la propia sociedad como en el ámbito internacional, dando lugar a lo que se conoce como «imperialismo cultural» (Rodrigo Alsina, 2001).

A continuación se presentan algunos de los principales autores de esta corriente, describiendo brevemente las principales aportaciones que han realizado a esta teoría político-económica de los medios de comunicación de masas.

Armand Mattelart¹³

Este economista y sociólogo de origen belga es uno de los principales estudiosos de las relaciones existentes entre poder y comunicación tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Sus investigaciones han contribuido notablemente a mostrar la pertinencia de la aplicación de esta teoría político-económica al análisis de los medios de comunicación de masas, ya que ha permitido descubrir las conexiones entre las industrias de los países dominantes y las oligarquías locales, que son quienes controlan en gran medida los medios de comunicación.

¹³ Como ejemplo, pueden consultarse las siguientes obras: Mattelart, A. (1977), *Multinacionales y sistemas de comunicación: los aparatos ideológicos del imperialismo*, México: Siglo XXI; Mattelart, A. (1987), *Pensar sobre los medios: comunicación y crítica social*, Madrid: Fundesco; Mattelart, A. (1998), *La mundialización de la comunicación*, Barcelona: Paidós.

C.W. Mills¹⁴

Según Mills, la función de los medios de comunicación de masas no es otra que la de reflejar las sociedades según las necesidades que presentan las élites del poder. Además, en esas élites se encuentran incluidos aquellos individuos que poseen o controlan los grandes medios de comunicación y aquellos otros dedicados a la formación de la opinión pública, por lo que la tarea no les resulta en absoluto compleja.

De este modo, según Mills, los medios de comunicación de masas serían quienes participan de una manera más activa en la formación de los ciudadanos, puesto que serían los medios quienes dicen a los ciudadanos de la «masa» quiénes son, prestándoles así una identidad; qué quieren ser, indicándoles así a lo que deben aspirar; y cómo lograr esas aspiraciones, dándoles así también la técnica adecuada para lograrlas.

H. Schiller

Este autor se caracteriza por haber desempeñado un papel muy activo en la denuncia de los vínculos existentes entre los medios de comunicación y el complejo comercial, industrial y militar de los Estados Unidos de Norteamérica¹⁵, orientando su investigación hacia la utilización que se hace de la tecnología de la información para lograr los objetivos hegemónicos y expansivos norteamericanos.

En este sentido, hay que destacar, entre sus aportaciones, la identificación de una serie de mitos que los medios de comunicación de masas contribuyen a generalizar y que resultan útiles para profundizar en el imperialismo cultural:

- Mito del individualismo: se logra generalizar mediante la difusión indiscriminada del estilo de vida norteamericano, que potencia el individualismo, la competencia y la iniciativa individual. Este mito lleva aparejadas una serie de consecuencias tales como la exaltación de la propiedad privada como libertad fundamental, o el destierro a la esfera personal de la libertad y el bienestar, apartándolos del ámbito de lo social.

¹⁴ Como ejemplo, pueden consultarse las siguientes obras: Mills, C.W. (1969), *De hombres sociales y movimientos políticos*, México: Siglo XXI; Mills, C.W. (1973), *Poder, política, pueblo*, México: Fondo de Cultura Económica; Mills, C.W. (1989), *La élite del poder*, México: Fondo de Cultura Económica.

¹⁵ Como ejemplo, pueden consultarse las siguientes obras: Schiller, H. (1976), *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Barcelona: Gustavo Gili; Schiller, H. (1982), *Los manipuladores de cerebros*, Buenos Aires: Celta; Schiller, H. (1983), *El poder informático: imperios tecnológicos y relaciones de dependencia*, México: Gustavo Gili; Schiller, H. (1986), *Información y economía en tiempo de crisis*, Madrid: Fundesco; Schiller, H. (1996), *Aviso para navegantes*, Barcelona: Icaria.

- Mito de la neutralidad: para que la manipulación que es llevada a cabo sea aún más efectiva, debe extenderse el mito de la neutralidad de las instituciones sociales clave: poder judicial, policía, ejército, medios de comunicación, etc.
- Mito de la naturaleza humana inmutable: todos los conflictos y desigualdades que se dan en cualquier sociedad del mundo se deben a las innatas características psicológicas del ser humano, y nunca a las circunstancias sociales, eliminando así toda responsabilidad por parte de los poderes económicos y políticos.
- El mito de la ausencia de conflictos sociales: cuando surge algún conflicto, éste nunca es social, siempre es individual, es un problema interpersonal. Las raíces o causas primeras sociales no existen, negando en consecuencia el principio de la lucha de clases.
- El mito del pluralismo de los medios: es útil transmitir la idea de que cantidad es igual a pluralidad. Traducido a los medios de comunicación, significa que en las actuales circunstancias, con la oferta existente, hay una gran diversidad de contenidos y de opiniones, abarcando todo el abanico de posibilidades y posiciones.

Noam Chomsky¹⁴

Chomsky, analista procedente del campo de la lingüística, ha orientado la mayor parte de sus esfuerzos a desenmascarar, mediante la recopilación de abundantes datos y documentación, la propaganda que los medios de comunicación norteamericanos desarrollan con el objetivo de maquillar la política exterior que llevan a cabo los Estados Unidos. Conocidos son sus trabajos sobre la implicación norteamericana en la contrarrevolución centroamericana, la Guerra del Golfo, etc.

Una de sus principales ideas puede resumirse del siguiente modo: el miedo que las élites en el poder tienen a la democracia (entendida como gobierno del pueblo y no como una mera forma de organización política dotada de mecanismos formales de elección y representación) hace que la política interior se oriente hacia el falseamiento sistemático de la realidad y de las actuaciones llevadas a cabo en el exterior a través de los medios de comunicación, tratando de conseguir, así, la desmovilización de la ciudadanía que de otra manera podría poner en peligro su estatus.

¹⁴ Como ejemplo, pueden consultarse las siguientes obras: Chomsky, N. (1995), *La sociedad global. Educación, mercado y democracia*, Santiago de Chile: LOM; Chomsky, N. (2000), *El beneficio es lo que cuenta: neoliberalismo y orden global*, Barcelona: Crítica; Chomsky, N. (2002), *Una nueva generación dicta las reglas*, Barcelona: Crítica; Chomsky, N. (2002), *Propaganda y opinión pública*, Barcelona: Crítica.

4. PAUTAS DE RELACIÓN ENTRE LOS DISTINTOS PODERES

Un breve análisis de la realidad indica que, en la actualidad, la distribución de poderes ha variado sensiblemente. Ahora sería más apropiado hablar del poder económico, el poder político, el poder mediático, e incluso de la sociedad civil, que de la separación establecida por Montesquieu, si bien ésta continúa vigente, al menos, en los aspectos formales de la sociedad.

Antes de comenzar, debe indicarse que rara vez los poderes arriba enunciados actúan de modo aislado. Habitualmente actúan creando alianzas entre sí para, de esa manera, alcanzar sus objetivos. Sirva como ejemplo que el poder económico tratará de utilizar su influencia sobre otros poderes con el fin de asegurarse el control en determinadas parcelas de la realidad que le garanticen y que contribuyan al logro de mayores niveles de beneficio económico.

Hablando en términos generales, el poder mediático y la sociedad civil deberían desempeñar el papel de contrapoder. Del mismo modo que la prensa era definida, anteriormente, como el cuarto poder por su capacidad para denunciar y tratar de evitar los abusos y los excesos de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, ahora ese papel podría verse ampliado a la sociedad civil si ésta fuera lo suficientemente fuerte y organizada, puesto que nadie como ella representa a la mayoría de la población de una sociedad. Sin embargo, un somero análisis de la realidad demuestra que tanto el primero como la segunda (poder mediático y sociedad civil) juegan un papel secundario y normalmente subordinado a los dos principales actores que operan dentro de las relaciones de poder que se establecen en las actuales sociedades.

Habitualmente son los poderes económicos y políticos, dadas sus características, quienes tienen mayor capacidad de influencia y control sobre el resto de esferas de poder, aunque habría que distinguir situaciones, puesto que el poder político se ha revelado como un fiel servidor del poder económico en gran número de ocasiones. Sólo en aquellas sociedades en las que se da una planificación económica centralizada (de las que cada vez quedan menos ejemplos), el poder político juega un papel protagonista en el control de los medios de comunicación. En el resto de los casos, son las grandes corporaciones empresariales, ya sean nacionales o transnacionales, quienes tienen la capacidad de influencia sobre la política, sobre los medios de comunicación y sobre la sociedad civil.

De este modo, la influencia del poder económico en la política y, fundamentalmente, en los medios de comunicación se hace patente a poco que uno revise la realidad. El objetivo, tal y como lo definen Lippman y Lasswell, sería controlar al «rebaño desconcertado», a la

población en general, de manera que ésta no tome un papel activo en las decisiones de su comunidad, puesto que los ciudadanos comunes no están capacitados para comprender cuáles son los verdaderos intereses generales de la sociedad, e incluso los suyos propios, y por lo tanto no sería deseable su intervención (Chomsky, 1995).

5. PROCESOS DE CONTROL Y PROPIEDAD DE LAS COMUNICACIONES MASIVAS INTERNACIONALES

Conocer la estructura de propiedad de los medios de comunicación se convierte en una cuestión básica y fundamental para el análisis y posterior comprensión del funcionamiento de los mismos. Esta afirmación no se basa únicamente en los principios y axiomas de orientación marxista de la teoría político-económica de los medios de comunicación, sino también en la simple observación de la realidad.

Ejemplo de ello es el agudo análisis que, a principios del siglo xx, ya hacía Edward A. Ross (op. cit.), quien destacaba que los medios de comunicación de masas de la época (fundamentalmente prensa escrita) estaban adquiriendo una triple vertiente económica que hacía peligrar el derecho a la información y, por ende, los pilares básicos de los sistemas democráticos.

Michel Collon (1995), profundizando en ese tipo de análisis, añade un nuevo elemento afirmando que todos los hechos, antes de ser publicados o emitidos, pasan por cuatro filtros fundamentales: los propietarios (teniendo en cuenta que cuando los medios se convierten en una industria, la búsqueda del beneficio es su máxima); la publicidad (coincidiendo con Ross, el auténtico comprador-consumidor de los medios no es el lector, el televidente o el oyente, sino el anunciante, ya que es éste quien contribuye a financiar al medio); la alianza con el poder (entre el ochenta y el noventa por ciento de las fuentes de las que se extraen las informaciones están ligadas al gobierno, la administración o al mundo de los negocios); y la ideología dominante (que influye claramente, como a muchos otros ciudadanos, a los periodistas, haciéndoles actuar de acuerdo al orden establecido).

En este sentido, el final del siglo xx y el inicio del xxi está viendo cómo las grandes corporaciones empresariales multimedia, ligadas a grandes grupos financieros e industriales, se están convirtiendo en los propietarios de la mayor parte de los medios de comunicación, y no sólo de los que mayor audiencia presentan, sino también de aquellos que pueden resultar más influyentes por el perfil de sus consumidores, etc. Además, ese proceso de concentración no sólo se produce en los niveles

regionales o nacionales, sino también en el ámbito internacional, contribuyendo de esa manera a la aparición de grandes conglomerados mediáticos multinacionales que, de manera creciente, controlan los flujos de información a nivel planetario.

En este proceso de concentración, deben hacerse algunas precisiones y diferenciaciones entre lo que está ocurriendo en Europa y EE.UU., puesto que éstos son los dos principales núcleos de concentración de los que se está hablando. Mientras que en Europa existen ciertas legislaciones, reglamentaciones y normativas que impiden la creación o aparición de situaciones monopolísticas, en EE.UU. se han abolido recientemente (2002) todas las normas contra la concentración en el campo audiovisual. Este hecho provoca que, en la práctica, sean las grandes corporaciones norteamericanas las que concentran y aglutinan a su alrededor a un mayor número de medios de comunicación.

Además, tal y como señala Ignacio Ramonet (2002), en EE.UU. se está produciendo una extensión horizontal del modelo de concentración a otras industrias afines a los medios de comunicación de masas. Así, grandes corporaciones, no sólo de carácter mediático, sino también de carácter industrial, ya controlan también a empresas de *hardware* y *software*, a empresas de creación de contenidos para internet, a grupos editoriales, cadenas de televisión, etc. Dicho de otro modo: «Básicamente, la comunicación de este país la manejan seis compañías: Time Warner, Disney, Viacom, Seagram, News Corporation y Sony. Los tentáculos de estas corporaciones abarcan editoriales, compañías de dibujos animados, parques de entretenimiento, videoclubs, revistas, estudios de Hollywood, obras de Broadway e incluso equipos de baloncesto, hockey, etc.» (MaraMaha, 2003).

El caso europeo no es más alentador, puesto que, a pesar de las normativas existentes contrarias a la aparición de monopolios, se están produciendo idénticos procesos de concentración, de los que están destacando, por la envergadura alcanzada, Bertelsmann (que controla varias emisoras de radio y televisión en Francia), Silvio Berlusconi (propietario de las tres cadenas de televisión más importantes de Italia, además de controlar todas las públicas por su posición dentro del gabinete de gobierno del país), Dassault y Lagardère (que tras el fracaso de Vivendi Universal Publishing han recogido gran parte de la oferta informativa escrita, con la particularidad añadida de ser grupos empresariales ligados a la industria armamentística, por lo que como señala Ramonet (op. cit.), es probable que este hecho influya notablemente en la manera de tratar la información relacionada con los conflictos bélicos), etc.

En el caso español, esta concentración de la propiedad de los medios de comunicación se produce, fundamentalmente, alrededor de ocho gran-

des grupos de comunicación que concentran la práctica totalidad de la oferta informativa, editorial, etc. existente. A continuación puede verse un cuadro resumen tanto de esos ocho grupos empresariales, como de la presencia que éstos tienen en los diferentes medios y ámbitos a inicios del año 2003. Y hay que hacer hincapié en la fecha, puesto que esta estructura de la propiedad varía de un modo continuo e incesante a raíz de las políticas de fusiones y alianzas que ponen en práctica todas las corporaciones mediáticas.

Además, esto es lo que puede decirse sólo en cuanto al control directo sobre los medios de comunicación, ya que existen otras fórmulas, si bien indirectas, para ejercer cierta influencia en esos medios. De hecho, la mayor parte de los grandes grupos empresariales mencionados en la tabla mantienen relaciones cruzadas entre sí, mediante el intercambio de acciones, que producen, de facto, situaciones de influencia indirecta sobre un número mucho mayor de medios de comunicación.

Número de medios de comunicación propiedad o bajo control de los ocho grandes grupos empresariales españoles

	Correo	Planeta	Prisa	Recetelos	Zeta	Unedisa	Telefónica	Prensa Española
Diarios	Más de 12	1	8	4	12	1	0	2
Revistas	4	0	Más de 7	3	48	8	0	2
Agencias de noticias	1	0	0	0	0	0	0	0
Editoriales	1	19	12	0	1	2	0	0
Radio	0	3	10	2	4	1	3	5
Televisión	1	1 con 2 canales	20	1	2	1	6	2
Multi-media	0	2	0	0	1	0	0	0
Música	0	0	11	0	0	0	0	0
Publicidad	1	0	0	1	0	0	1	0
Cine	1	0	4	0	0	0	1	0
Internet	0	8	3	0	2	6	3	0
Internacional	0	10 (8 países)	18 (17 países)	2 (2 países)	7 (7 países)	0	+(-)40 (8 países)	0
Participa en	16 (2 extranjeros)	6	13 (11 extranjeros)	6 (1 extranjero)	3	4 (1 extranjero)	9 (1 extranjero)	12
Medios que poseen o controlan	Más de 45	51	Más de 100	29	78	23	Más de 62	23

Fuente: Elaboración Propia

6. IDENTIDAD CULTURAL Y COMUNICACIÓN

La cuestión de la identidad cultural nos remite, una vez más, a los fenómenos de la globalización de las comunicaciones, así como de la concentración de los medios en torno a unas cuantas corporaciones mediáticas que operan y que controlan la práctica totalidad de los intercambios de

información a nivel planetario. Ambos fenómenos están contribuyendo a la extensión de determinados patrones culturales, poniendo en peligro otros que no ocupan posiciones dominantes dentro del sistema mundial.

Nuevamente, al hablar de cultura e identidad cultural, se está tratando con un concepto controvertido del que se discute, incluso, su pertinencia científica desde el campo de las ciencias sociales. Como resultado de ello, el concepto de identidad cultural es complejo y recoge dos fenómenos que se presentan como antagónicos, pero también a la vez como complementarios. Así, el término hace referencia a la identificación con una cultura específica, a la vez que lleva implícito un ejercicio de comparación hacia el exterior con otras culturas. Dicho de otro modo, la identidad cultural se define a partir de la pertenencia a un grupo cultural y la diferenciación respecto de otros, es decir, a partir de la dicotomía entre inclusión y exclusión (Rodrigo, 2000).

En el ámbito de la identidad cultural, los medios de comunicación se han convertido en uno de los principales vehículos de construcción y transmisión de estereotipos culturales y de identidad cultural, por cuanto facilitan fundamentalmente la segunda de las acciones requeridas para la formación de identidad cultural: la comparación con otros grupos culturalmente definidos. El modo en el que están realizando esa tarea de «suministro de identidades culturales» también se basa, como ya se apuntó al inicio de este apartado, en que la transmisión globalizada de una única identidad cultural dominante (la occidental) por parte de los principales grupos mediáticos hace que los receptores de esas comunicaciones se identifiquen o se sientan diferenciados con ella en mayor o menor medida.

Según McQuail (op. cit.), cuando se habla de flujos comunicacionales internacionales, puede afirmarse que producen, además de otros efectos, unos importantes impactos culturales en las sociedades receptoras, que, a grandes rasgos, pueden agruparse en función de si son descritos y analizados desde un punto de vista crítico o apologético.

La visión positiva y optimista de la transnacionalización de las comunicaciones y de sus impactos culturales hace hincapié esencialmente en:

- La comunicación de masas a nivel internacional podría convertirse en el principal facilitador de la difusión y extensión general de la democracia y de las prácticas modernas, contribuyendo así al progreso y a la modernización de todas las sociedades.
- La comunicación global puede ser considerada como potencialmente positiva, puesto que permite la comparación cultural, contribuyendo así a romper con el etnocentrismo.
- Por último, todo ello puede servir de pilar sobre el que se apoye una nueva era de paz y comprensión internacional.

Por su parte, la visión negativa está íntimamente ligada a la interpretación en términos imperialistas estadounidenses de esa internacionalización cultural y mediática. Se desarrolla, fundamentalmente, en las décadas de los sesenta y setenta en países en vías de desarrollo, cuyo mayor interés era conservar su integridad cultural y su autonomía política. El principal foco de resistencia a ese imperialismo se ubicó en Latinoamérica, detectando la enorme dependencia de los medios nacionales respecto de las fuentes extranjeras de información y de programas, tal y como señala en su análisis de «la comunicación-mundo» Armand Mattelart (1993).

6.1. Imperialismo cultural

El término imperialismo cultural, junto a otros como imperialismo ideológico o imperialismo económico, ocuparon un papel fundamental en todos los estudios que sobre las comunicaciones en las relaciones entre diversas naciones se llevaron a cabo en la década de los años setenta. En palabras de Herbert Schiller, el imperialismo cultural se podría definir del siguiente modo: «El conjunto de procesos mediante los cuales una sociedad se introduce en el seno del moderno sistema mundial y la forma en que su capa dirigente es inducida, mediante fascinación, presión, fuerza o corrupción, a modelar las instituciones sociales para que se correspondan con los valores y estructuras del centro dominante del sistema o a convertirse en su promotor» (Mattelart, 1993: 208).

De esta amplia definición se deriva lo que autores como J. Oliver Boyd-Barrett denominan *Media Imperialism* (imperialismo mediático), que se aplica a la labor que desempeñan los medios de comunicación dentro de ese proceso de extensión del imperialismo cultural. El autor define este término de la siguiente forma: «El proceso mediante el cual la propiedad, la estructura, la distribución o el contenido de los medios están en un país determinado sujetos a fuertes presiones por parte de medios que representan los intereses de uno o varios países, sin que exista una reciprocidad proporcional de influencia para el país afectado» (Mattelart, 1993: 208).

En definitiva, la idea que subyace a estos planteamientos hace referencia al hecho de que unos pocos países dominan el flujo internacional de noticias y cultura, siendo quienes suministran a los demás países del mundo los contenidos con los que deben llenar sus medios domésticos. De este modo, las principales agencias informativas se ubican en los principales países desarrollados, siendo éstas, además, quienes deciden cuál es la agenda temática mundial; es decir, qué asuntos deben ser tratados y cómo han de ser tratados, ejerciendo de ese modo un control casi absoluto sobre el flujo de información a nivel planetario.

Por todo ello, en la década de los setenta comienzan a producirse los primeros movimientos críticos con esta situación, que cristalizan en propuestas presentadas tanto en la UNESCO como en la ONU. Así, por ejemplo, en 1972, la Unión Soviética propuso la elaboración de un convenio internacional sobre los principios que debían regir la utilización por parte de los estados de los satélites artificiales destinados a la televisión directa. Esta propuesta se basaba en la necesidad de compatibilizar tanto los derechos soberanos de los estados a la no injerencia, por un lado, como los derechos de las personas a investigar, recibir y difundir informaciones e ideas, por otro. O dicho de otro modo, trataba de conciliar la libre circulación de las ideas e informaciones con el principio de soberanía nacional. Pues bien, esta propuesta fue aprobada por todas las delegaciones, excepto una: EE.UU.

Cierto es que la Unión Soviética, bajo la máscara de la legítima defensa de las soberanías nacionales, trataba de controlar las emisiones procedentes de los países occidentales que llegaban a su territorio. Pero no es menos cierto que los EE.UU., bajo la idea del libre flujo de la información y la libertad de todo individuo de recibir y transmitir informaciones, defendía la libertad de circulación de los productos culturales y mediáticos en un mercado sin ningún tipo de frenos, siendo, además, las empresas norteamericanas las únicas dominadoras claras en este mercado.

Otro frente crítico fue abierto en la UNESCO desde el Tercer Mundo, encabezado por algunos países latinoamericanos. Esta incorporación de nuevas áreas del planeta a la discusión vino a complicar el debate sobre la regulación de los flujos internacionales de información. Estos países relanzaron el debate en dos campos: por un lado, en cómo el país que se había autoproclamado como el ejemplo a seguir de la abundancia informativa era precisamente el que había contribuido en mayor medida a convertir a la información en un bien escaso; y por otro, en cómo la zona del planeta cuya estructura mediática más se asemejaba a la estadounidense (por encima de la europea, que todavía continuaba en régimen de monopolio estatal en la mayoría de los casos) y que concentraba los dos tercios de los recursos mediáticos del Tercer Mundo, continuaba estando en una situación de clara e insostenible subinformación (Mattelart, 1993: 202-203).

Esos puntos de debate se concretaron en varios aspectos que se convirtieron en la clave de todas las discusiones: la circulación de las informaciones, los intercambios televisivos, la publicidad y la tecnología de las comunicaciones. Con todos los antecedentes expuestos, resulta fácil explicar que surgieran reclamaciones de los distintos países del Tercer Mundo para que se lograra alcanzar un «Nuevo Orden Mundial de la Información» basado en la equidad.

Fruto de esos debates fue la realización en 1980 del *Informe McBride* (McBride, 1990), en el que se constataba, a través de datos empíricos, la dominación y colonización cultural que los países del Tercer Mundo estaban sufriendo en el terreno de la comunicación a manos de los países desarrollados. Entre las principales conclusiones a las que llega el mencionado informe destacan las siguientes:

- La dependencia tecnológica de los países pobres respecto a los industrializados hace que los primeros no puedan desarrollar sus propios sistemas de comunicación eficaces y avanzados. Por ello, se insiste en la necesidad de facilitar el acceso de esos países a las tecnologías necesarias, a través de ayudas directas concedidas desde el Norte.
- Se detectó que se había producido una fuerte mercantilización de la información, algo que ya había sido detectado setenta años antes por Edward A. Ross (op. cit.), dejando ésta de ser considerada como un bien social para ser una simple mercancía más.
- Igualmente, se constató el enorme desequilibrio existente en los flujos de información a nivel internacional, puesto que la mayor parte de las emisiones parten de una o, a lo sumo, dos zonas del planeta muy concretas, dejando fuera del sistema a la mayor parte de los países del mundo.
- Se observó que se estaba produciendo una creciente concentración del poder mediático derivada, fundamentalmente, de diferencias en el potencial tecnológico y de todos sus causantes (poderío económico, etc.):

En resumen, este informe no viene sino a constatar una realidad que ya era percibida y que ya había sido estudiada en la década anterior por expertos de países del Tercer Mundo, como Venezuela, Argentina o Chile, y que coincidían en señalar que ese intercambio desigual, o mejor dicho, que el imperialismo cultural contribuía finalmente a difundir una cultura de masas convertida en cultura cotidiana, y un modelo de vida (el capitalista), que profundizaba las desigualdades a través de la transmisión de valores como la individualización, la abundancia, el progreso, etc. que resultaban imprescindibles para proceder a una posterior colonización económica. Por eso, el «Nuevo Orden Informativo Internacional» que ya constituía un objetivo por sí mismo, sería también un requisito para el logro de un posterior «Nuevo Orden Económico Internacional».

Lejos de profundizar y continuar esa vía de acción, la UNESCO se vio obligada a desistir en su empeño por equilibrar los intercambios internacionales de información, debido fundamentalmente a las presiones financieras, campañas de prensa e incluso los chantajes de EE.UU. y otros países occidentales desarrollados, cuyos intereses pasaban justo

por continuar con la extensión y profundización de ese imperialismo cultural. De hecho, años más tarde, concretamente a mitad de la década de los 80, se volvió a imponer la doctrina de la libre circulación de la información, y el tratamiento de las creaciones culturales como meras mercancías.

Por último, debe señalarse lo que tiene de perversa la situación a la que se llega, puesto que, formalmente, se defiende la idea de la libre circulación de la información, a la vez que la realidad demuestra que se hacen esfuerzos para tratar de reducir e incluso eliminar la competencia que procede de núcleos incómodos para el sistema.

Ejemplo de ello sería el surgimiento y posterior período de auge de la cadena Al-Yazira, que, en poco tiempo, se ha convertido en la voz del mundo árabe. Pero lejos de felicitarse por este hecho, por lo que de pluralismo informativo y enriquecimiento cultural supone, los países más poderosos (y más concretamente EE.UU.) están intentando vetar la presencia de este medio en sus países. Así, durante la campaña militar de la Segunda Guerra del Golfo (2003), se impidió a los reporteros de Al-Yazira que continuaran cubriendo la información económica de Wall Street (Bolsa de Nueva York), por el tratamiento que la cadena hizo de la información sobre el conflicto bélico en Irak.

6.2. Situación actual

A pesar de todo lo señalado, actualmente, la teoría del imperialismo cultural cede terreno, fundamentalmente porque la aplicación práctica de este modelo ha derivado en una dominación cultural, no ya por parte de uno o varios países, sino por parte de las grandes transnacionales.

Así, aunque las grandes transnacionales tienen una clara base nacional puesto que están dominadas por grupos de inversores concentrados en determinados países, los intereses nacionales dejan de tener prioridad, profundizando más si cabe la mercantilización de la información y la cultura, puesto que ahora el único criterio posible y prioritario es el de la maximización de beneficios.

En verdad, podría entenderse como una nueva vuelta de tuerca a la situación de dominación anterior, porque, tal y como afirma Schiller, ahora, los medios de comunicación son sólo un elemento más de ese paquete cultural que se extiende e impone.

En estos momentos, habría que incluir en ese paquete a la lengua inglesa, que se ha convertido en referente mundial, al modelo de comercio impuesto por los centros comerciales de estilo norteamericano, a los parques de atracciones, a la música, a los reportajes realizados por las principales agencias de prensa, a la televisión por cable, a las traducciones de los *best sellers*, a la comida rápida, etc.

Por otro lado, comienzan a surgir voces críticas con las tesis del imperialismo cultural, ofreciendo como argumento la aparición de nuevos centros de producción de medios de comunicación como son los casos de Al-Yazira, antes mencionado, o el de Brasil, cuya producción y exportación de productos culturales e informativos, fundamentalmente diseñados para televisión, están rompiendo con el tradicional modelo de un único centro de dominación cultural. Ahora bien, en este punto deberíamos tener en cuenta si su producción se basa en la originalidad e innovación o, por el contrario, en la adaptación de productos culturales norteamericanos a las especificidades del país.

6.3. Visión del Sur en el Norte

Para Johan Galtung (1995), el intercambio en el flujo de informaciones es desigual ya que aparecen más noticias del «centro» en los periódicos periféricos, que noticias de la «periferia» en los periódicos centrales. Además, como producto de esta desigualdad, si un país periférico quiere recibir noticias de otro país periférico de otra esfera, sólo puede hacerlo a través de las grandes agencias internacionales ubicadas en el centro del cual depende. Dicho de otro modo, se establece un modelo radial en el que todos los flujos deben pasar inevitablemente por el centro, ya sean en una u otra dirección, siendo este centro quien decide la pertinencia y conveniencia del traslado de la información de una periferia a otra.

Además, la presencia de un país en los medios de comunicación sigue una escala de proporcionalidad. Según sea el nivel de desarrollo humano y la centralidad (posición que ocupa dentro del sistema mundial) de una sociedad, su presencia en los medios será mayor o menor. De ese modo, los países en vías de desarrollo ocupan un lugar marginal en los medios de comunicación. El resultado es que los medios representan un mundo más pequeño que el real, ignorando zonas completas del planeta y representando a otras de un modo excesivo (Penalva, 1998).

Los medios de comunicación se han convertido en el único instrumento que permite conocer lo que acontece en el día a día de cada comunidad y, por supuesto, en las sociedades lejanas, y, por tanto, juegan un papel fundamental en el diseño de la imagen que de los países de la periferia se forman los ciudadanos de los países centrales. Esa distorsión de la información no actúa de un modo decisivo sobre las élites de los distintos países porque éstas sólo emplean los flujos de información de los medios de comunicación de un modo secundario a la hora de elaborar sus estrategias. Sin embargo, sobre la opinión pública tienen un efecto mucho mayor como consecuencia de que ésta se forma fundamentalmente a partir de informaciones difundidas por los medios de comunicación de masas.

Así, existe una clara funcionalidad, para los intereses de los principales grupos de poder de los países centrales, de las características de la información que elaboran los medios de comunicación de esos mismos países. Pero esta funcionalidad no debe achacarse a ninguna decisión conspirativa, sino que es resultado de las características estructurales que tienen los medios de comunicación en los países avanzados, que podrían resumirse en los siguientes aspectos:

- Una estructura económica centralizada y crecientemente concentrada.
- Una organización rutinaria del trabajo periodístico, acercándolo a los sistemas de producción industrial, lo que obliga a la realización de análisis estereotipados de la información que suelen tener la forma de adaptaciones para el medio de las interpretaciones previamente elaboradas tanto por las agencias internacionales como por los organismos oficiales.
- La existencia de unos valores compartidos por la mayor parte de los profesionales, que hace que en el proceso de selección de las noticias, sistemáticamente, se pase a un segundo plano todo aquello relacionado con el Tercer Mundo.

Los países periféricos tienen que sufrir la paradoja de ser contados precisamente por quienes ejercen sobre ellos una férrea dominación económica, dado que la posesión de los medios está concentrada en los países centrales, de manera que el creciente desequilibrio no hace sino dar a éstos últimos la posibilidad de conformar la realidad de los del Sur, contribuyendo a destruir su riqueza cultural. Al mismo tiempo, quien tiene el poder de emitir, tiene el poder de configurar la realidad, ya que al decidir la *agenda-setting*, decide lo que existe y lo que no para el resto de los ciudadanos.

De ese modo, la imagen que tienen los ciudadanos de los países del Norte sobre los países del Sur se podría definir, según Ramonet¹⁷, a partir del hecho de aparecer distorsionada por efecto de la excepcionalidad, es decir, en los países del Tercer Mundo no existe la cotidianidad ni la vida normal. Según este autor, los medios de comunicación no hacen sino caricaturizar la realidad desde el momento en que sólo presentan las realidades de esos países como paraísos o como infiernos, pero nunca como países normales con ciudadanos normales.

Por ello, distingue entre la imagen que se da de los países del Sur en la publicidad, de la que se da en los programas informativos. Por un lado, los primeros tienden a presentar al Sur como un paraíso terrenal en el que todo es sol y playa, preciosos paisajes, y sus habitantes son simpá-

¹⁷ Ramonet, I. «Reflexiones sobre la información», texto publicado en <http://www.movimientos.org/foro_comunicación/show_text.php?key=1000>.

ticos y serviciales. Por otro lado, los informativos sólo se hacen eco de aquellas noticias que presentan a esos países como lugares en los que ocurren catástrofes y guerras irracionales y devastadoras.

Y esto ¿qué consecuencias produce? Pues, siguiendo con Ramonet, fundamentalmente el olvido de la explicación, de la causalidad. En estos países todo se produce (catástrofes, guerras, etc.) como fruto de la irracionalidad, ya sea natural o del ser humano, con lo que desaparecen de la escena las explicaciones que abundan en la profunda dependencia social, cultural, política y económica de estas sociedades.

De este modo se generalizan los estereotipos, los prejuicios y los tópicos sobre las diferencias entre los países del Norte y los del Sur. Por ejemplo, se incide en la idea de que el desarrollo de los países del Norte lo tienen ganado a pulso, se lo merecen porque han demostrado estar más preparados para aprovechar las ventajas que los avances técnicos y la modernidad han supuesto, y por ello han logrado su hegemonía mundial. Del mismo modo, y como si se tratase de la cara opuesta de la misma moneda, los países del Sur obtendrían su merecido en justa proporción a sus esfuerzos.

7. COMUNICACIÓN Y DESIGUALDAD SOCIAL

En el punto anterior se ha realizado un breve recorrido por una de las principales formas de desigualdad que los medios de comunicación de masas producen, si bien éstas se sitúan en el plano de las relaciones entre distintas sociedades. Sin embargo, reducir las desigualdades producidas por los medios a una mera cuestión internacional, en la que sólo se producirían desigualdades entre países del Norte y países del Sur, sería obviar un segundo aspecto de la realidad: las desigualdades internas en los países, que se producen fundamentalmente en el acceso que los individuos tienen a los distintos medios de comunicación y en el nivel de aprovechamiento que éstos pueden hacer de la información obtenida.

7.1. Teoría del vacío de información o *knowledge gap*

Una de las principales teorías que se han ocupado de esta cuestión es la conocida como *knowledge gap*, o diferencial del conocimiento. Esta teoría parte del análisis del efecto que los medios de comunicación de masas tienen en las sociedades, puesto que al introducir una información en un sistema social, la población de determinados niveles o estatus socioeconómicos elevados tiende a adquirirla más rápidamente que la población de niveles inferiores, sacando así mayor ventaja de ella, por lo

que la distancia entre ambos grupos tiende a crecer. Esta hipótesis, conocida como la «hipótesis del desconocimiento o falta de información», fue introducida por Tichenor, Donohue y Olien en la década de los setenta (Lucas, García y Ruiz, 1999).

Otros autores, como Thurnert o Mattelart, afirman que los medios de comunicación de masas no ayudan a reducir las diferencias sociales, sino más bien al contrario. Es decir, como otras muchas instituciones sociales, los medios de comunicación actúan reforzando o incrementando las injusticias sociales ya existentes. En resumen, los medios reproducen las desigualdades existentes y, si acaso contribuyen a algo, es a resaltar las diferencias mediante nuevas formas de desigualdad y exclusión.

En definitiva, la divulgación masiva de informaciones, es decir, el acceso generalizado a la información, no contribuye a reducir la distancia entre ricos y pobres, ya que sólo aquellos que tienen una preparación intelectual previa y un determinado nivel de conocimientos están en condiciones de comprender mejor, y por tanto, de aprovechar con mayor rapidez, las potencialidades de la información. Pero cuando se habla de diferencias entre ricos y pobres, no se debe pensar única y exclusivamente en términos económicos, ya que ese diferencial de conocimientos también se explica a partir de variables como la educación, la motivación, la accesibilidad de la información, etc.

Por su parte, Mauro Wolf (1994) habla de la importancia que los llamados «efectos umbral» tienen en el debilitamiento de esos *gaps* del conocimiento. Al hablar de efectos umbral, está haciendo referencia a aquellos mecanismos que llevan hacia la reducción de las distancias entre diferentes clases sociales. Un ejemplo de esa reducción del *gap* del conocimiento podría ser el debido a la repetición de la información ofrecida por los medios de comunicación (actuando sobre la clase que parte con desventaja), o a la pérdida de interés y motivación (por parte del grupo aventajado) para adquirir información.

No obstante, el mismo Wolf destaca que, mientras que estos efectos umbral no son duraderos en el tiempo, al producirse bajo condiciones específicas, los factores que tienden a profundizar el distanciamiento del conocimiento en la población actúan de modo continuo y son duraderos en el tiempo, por lo que la tendencia no indica una progresiva disminución de la separación, sino todo lo contrario.

Un ejemplo claro de este *knowledge gap* se puede encontrar en la aplicación de nuevas tecnologías al campo de la comunicación, ya que, a pesar de que en un principio se habló de ellas como la solución a los problemas de desigualdad y participación ciudadana, el paso del tiempo está demostrando que las diferencias en el acceso y en el manejo de esas nuevas tecnologías está contribuyendo a profundizar todavía más las diferencias previamente existentes.

Es más, dejando de lado el aspecto del acceso de la población a los nuevos medios (fundamentalmente internet), ya se habla de la existencia de una brecha digital basada en la separación entre analfabetos digitales o electrónicos y quienes poseen los conocimientos necesarios para desenvolverse en los nuevos medios. Además de conocer el funcionamiento de las nuevas tecnologías, éstas requieren, por la abundancia de información que ofrecen, de unas nociones básicas sobre dónde buscar la información importante, cómo procesarla, etc. Es decir, la diferencia continúa basándose en cuestiones no tanto económicas, como en cuestiones educativas y formativas, ligadas al nivel cultural (Castells, 2001).

8. COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN SOCIAL Y ACCIÓN COLECTIVA

Según lo visto hasta ahora, los medios de comunicación de masas tradicionales no requieren de los ciudadanos más que su mera presencia; es decir, el individuo solamente juega un papel de espectador, dado el carácter unidireccional de la comunicación establecida por esos medios, que impide la posibilidad de respuesta por parte de éste. En ese sentido, el individuo puede ser considerado como un consumidor.

Autores como Chomsky (op. cit.) hacen referencia a este hecho, incidiendo en la idea de que es la propia lógica del sistema de acumulación capitalista la que condiciona el tipo de participación de los ciudadanos en las sociedades. Los sistemas democráticos de gobierno de las sociedades pueden estar contruidos sobre una base horizontal o vertical, y en función de cuál sea esa base, el sistema requerirá uno u otro funcionamiento de los medios de comunicación.

Mientras que el modelo democrático horizontal implica una participación activa de los ciudadanos en las cuestiones que afectan a la vida diaria de la comunidad, el modelo vertical asume como necesaria y deseable la desmovilización de los individuos, su aislamiento y descoordinación. Así, si se aplica el primer modelo democrático propuesto, los medios de comunicación se convierten en un elemento necesario y conveniente, ya que los ciudadanos, para poder participar de manera eficiente y significativa deben conocer todas las implicaciones de lo que se decide. Por el contrario, si se está ante un modelo democrático vertical, los medios de comunicación jugarán un papel bien distinto: el de mantener entretenida a la población para que ésta no se haga preguntas incómodas que puedan hacer peligrar el equilibrio y estabilidad del sistema.

Tal y como señala el propio Chomsky, dado que el modelo imperante en las democracias representativas occidentales es el segundo, al hablar de participación ciudadana se debe tener en cuenta que los medios de

comunicación, lejos de favorecerla, están realizando una importante labor de desmovilización social.

Al mismo tiempo, también se ha señalado que los contenidos de algunos medios (televisión y radio fundamentalmente) tienden cada vez más a ser intensivos en entretenimiento, pero no en información. De hecho, incluso se está tendiendo hacia la creciente espectacularización de la información. Por eso, algunos periodistas, como Carl Bernstein, del *Washington Post*, dicen que en los medios se está produciendo un alejamiento progresivo del periodismo real a la vez que se produce un peligroso acercamiento a una cultura del «infotainment», híbrida de información y entretenimiento, donde lo banal es lo importante y destacado, mientras que lo importante es banalizado u omitido (Maza, 2001).

Ante una situación como ésta, plantear la participación social y la acción colectiva en y a través de los medios de comunicación, parece casi una utopía. No obstante, con el surgimiento y posterior extensión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y especialmente internet, se recuperó la esperanza de lograr unos medios de comunicación que fueran capaces de provocar o encauzar la participación ciudadana en los asuntos que conciernen directamente a la vida de las comunidades.

En cierto modo, y aunque, como se verá a continuación, las expectativas no se han visto cubiertas, sí es justo reconocer que las nuevas tecnologías están permitiendo a determinados grupos organizarse y coordinarse incluso a nivel planetario. Ejemplos claros de esto último pueden encontrarse en la preparación de concentraciones por parte de diversos movimientos antiglobalización cada vez que se produce una reunión del Fondo Monetario Internacional, el G8, etc.

8.1. El papel de las nuevas tecnologías

Como ya se ha apuntado, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación ha generado grandes expectativas sobre su capacidad para facilitar la participación social de la ciudadanía. Y una parte de esas expectativas se han visto confirmadas si se tiene en cuenta que las nuevas tecnologías han permitido la coordinación de la acción de grupos pacifistas, de defensa de los derechos humanos, de ecologistas, etc.

Manuel Castells (2001) afirma que, hoy en día, la mayoría de los movimientos sociales y políticos del mundo utilizan internet como un instrumento que les permite organizar la acción. Según Castells, esto sería posible por las características que tienen los nuevos movimientos sociales y que él resume en tres:

- Junto al declive que viven los movimientos sociales tradicionales (partidos políticos, sindicatos, etc.), se asiste a la emergencia de nuevos actores sociales organizados a partir de objetivos concretos y a partir de coaliciones. En este nuevo tipo de movimiento social resulta especialmente útil internet, puesto que permite una flexibilidad comunicativa entre los distintos grupos, y a la vez los dota de una coordinación y estructura organizativa que les facilita la movilización.
- En estos días, los movimientos sociales se organizan en torno a valores, y para este tipo de movimientos resulta crucial la capacidad de comunicación, dado que es ésta la que determina en gran medida el reclutamiento de apoyos a esas ideas, principios o valores. Internet permite la transmisión de ideas de manera instantánea, a la vez que amplía el escenario en el que se pueden lograr esos apoyos.
- El tercer rasgo destacado por Castells es que, mientras que el poder funciona a nivel planetario organizándose en redes globales, la gente organiza sus valores, sus vivencias e incluso su resistencia a las injusticias a nivel local. Entonces, ¿cómo desde lo local se puede uno oponer a la globalización, a la desigualdad, etc.? En este asunto, internet está permitiendo la articulación de proyectos alternativos locales, mediante protestas globales que se materializan en algún lugar concreto del planeta (Seattle, Roma, Praga, etc.) pero que se organizan y coordinan a través de internet.

Por otro lado, no todo lo relacionado con internet y las nuevas tecnologías es tan positivo como se explica desde las posiciones anteriormente descritas. En lo que se refiere a la participación social y a la movilización ciudadana, estos nuevos medios también presentan aspectos claramente negativos.

Uno de esos inconvenientes, que ya ha sido analizado parcialmente en líneas anteriores, haría referencia al acceso de la población a esos medios. Según datos ofrecidos por el propio Castells (op. cit.), para finales de la primera década del siglo XXI se espera que el número de usuarios de internet haya crecido hasta la tercera parte de la población mundial. Como se ve, ese acceso es claramente minoritario, pero, si además se tienen en cuenta las diferencias territoriales, se prevé que la penetración del medio en los países desarrollados sea del setenta y cinco por ciento de la población, aproximadamente. Analizando estas cifras puede verse que, en primer lugar, no parece probable que la mayor parte de la movilización social se produzca a partir de este medio y, en segundo lugar, esa participación continuará privilegiando a determinados países y estratos sociales.

En cualquier caso, todo esto puede llevar a concluir que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación van a permitir una mayor participación y coordinación a los ya movilizados, pero difícilmente van a lograr ampliar la base de las movilizaciones sociales y de la acción colectiva.

Otro de esos inconvenientes que presentan las nuevas tecnologías para la participación y la movilización ciudadana consiste en el hecho de que esas tecnologías, por sí mismas, no son generadoras de cambio, sino meras facilitadoras. El factor fundamental del cambio, tal y como describe Uimonen (1997), es el contexto social donde éstas se sitúan, ya que es éste el que determina el uso e impacto.

Dicho de otro modo, las nuevas tecnologías no van a predeterminar el grado de participación ciudadana. Además, si se observa cuál es el principal uso que se hace de internet, se puede comprobar fácilmente que la mayor proporción de páginas web del mundo no tiene precisamente fines u objetivos cívicos, sino comerciales y de entretenimiento.

Un tercer inconveniente vendría determinado por el rumbo claramente comercial que está adquiriendo el nuevo medio, ya que esta orientación está impidiendo en buena medida el desarrollo de otros fines dentro de la red. De hecho, hay quien compara, como Ramonet (2001), internet con un «inmenso centro comercial planetario», haciendo referencia a la proliferación de páginas publicitarias y comerciales que existen en internet. Además, esta sobrecarga de contenidos comerciales también contribuye a enterrar, esconder y hacer poco accesibles las páginas con un contenido más orientado a la movilización social.

De todos modos, este tercer inconveniente no es único ni exclusivo de internet. Como ya se ha mencionado en apartados anteriores, ya a principios del siglo XX, Edward A. Ross (op. cit.) señalaba el carácter comercial de la prensa escrita, y tras él, no pocos han identificado procesos paralelos en la radio y la televisión.

Por ello, esta idea del paso de los medios por distintas fases de evolución puede llevar a pensar que todos los medios de comunicación, al menos en sus orígenes, favorecerían la participación social y la movilización de la ciudadanía mediante la labor de formación e información que desempeñaban. Pero, a medida que estos medios se desarrollan y asientan, pasan a formar parte de los instrumentos que, como decía Chomsky (op. cit.) se emplean para mantener a la población entretenida y desmovilizada. Así ha sucedido hasta el momento, y nada hace pensar que esto no vaya a volver a ocurrir con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ARBLASTER, A. (1992), *Democracia*, Madrid: Alianza.
- CASTELLS, M. (2001), «Conferencia de presentación de los cursos de doctorado 2001-2002», en línea <http://www.uoc.edu/web/cat/articulos/castells/m_castells1.html> [Consulta: 05/2003]
- CHOMSKY, N. (1995), *Lo libertario está vivo*, Madrid: DERSA.
- COLLON, M. (1995), *¡Ojo con los media!*, Bilbao: Hiru.
- GALTUNG, J. (1995), *Investigaciones teóricas: sociedad y cultura contemporáneas*, Madrid: Tecnos.
- GARCÍA MARZÁ, V.D. (1993), *Teoría de la democracia*, Valencia: Nau Llibres.
- HOBBES, T. (1989), *Leviatán: la materia, forma y poder de un Estado eclesiástico y civil*, Madrid: Alianza.
- IBÁÑEZ, J. (1989), «Posibilidades y límites de la democracia formal representativa», en *Contrarios*, n.º 2.
- LUCAS, A.; C. GARCÍA y J.A. RUIZ (1999), *Sociología de la comunicación*, Valladolid: Trotta.
- MARAMAHÍA (2003) «Democracia y medios al estilo americano», en *Rebelión*, en línea <<http://www.rebelion.org/medios/maramahia240103.htm>> [Consulta: 05/2003]
- MATTELART, A. (1993), *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, Madrid: Fundesco.
- _____, (1995) «Una eterna promesa: los paraísos de la comunicación» en *Le Monde Diplomatique*, noviembre.
- MAZA, E. (2001), «Las megafusiones de la comunicación: el mundo bajo control», en *Saló de Premsa*, en línea <<http://www.saladeprensa.org/art227.htm>> [Consulta: 05/2003]
- MCBRIDE, S. (1990), *Un sólo mundo y múltiples voces. Comunicación e información en nuestro tiempo*, México: Fondo de Cultura Económica.
- MCQUAIL, D. (1999), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós.
- MONTESQUIEU, C.S. (1984), *Del espíritu de las leyes*, Buenos Aires: Heliasta.
- PENALVA, C. (1998), *Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales*, tesis doctoral. Puede localizarse en línea en los fondos de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, <<http://cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/01127296433637169565791/002792.pdf?iincr=1>> [Consulta: 04/2003]
- RAMONET, I. (1999), «Internet o morir» en *Le Monde Diplomatique*, septiembre-octubre.
- _____, (2001), «La cultura en la era de Internet», en *Le Monde Diplomatique*, junio.
- _____, (2002) «Reflexiones sobre la información», en *Movimientos*, 2 marzo, en línea <http://www.movimientos.org/foro_comunicación/show_text.php3?key=1000> [Consulta: 05/2003]
- RAMONET, I. (2002), «Los medios de comunicación en unas pocas manos», en *Rebelión*, n.º 31, diciembre, en línea <<http://www.rebelion.org/medios/ramonet311202.htm>> [Consulta: 03/2003]
- RODRIGO ALSINA, M. (2000), *Identitats i comunicació intercultural*, Valencia: Edicions 3 i 4.
- _____, (2001), *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Bellaterra: UAB; Castellón de la Plana: UJI; Barcelona: UPF; Valencia: UV.
- ROSS, E.A. (2001), «La supresión de las noticias importantes», *REIS*, n.º 94.
- UIMONEN, P. (1997) «Internet como herramienta para el desarrollo social», en *INET*, 24-27 junio, en línea <<http://www.geocities.com/Athens/Delphi/8644/internet.htm>> [Consulta: 05/2003]
- WOLF, M. (1994), *Los efectos sociales de los media*, Barcelona: Paidós.