

# NUEVAS Y VIEJAS OBSERVACIONES SOBRE LA INDUSTRIA CULTURAL

MOSHE ZUCKERMANN\*

[mzucki@post.tau.ac.il](mailto:mzucki@post.tau.ac.il)

Fecha de recepción: 18 de julio de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 31 de julio de 2011

A menudo se afirma que, en la Teoría Crítica de proveniencia francfortiana, la categoría de industria cultural ha envejecido sobre todo porque los nuevos parámetros normativos le han arrebatado su aguijón crítico. Cuando los discursos del postestructuralismo francés —célebres sobre todo en Estados Unidos— comenzaron a derribar jerarquías culturales y a deconstruir los criterios tradicionales de evolución artística; cuando el aparato de la indiferencia postmoderna quedó recubierto por el barniz de lo políticamente correcto, se fue diluyendo el énfasis emancipatorio que subyace a la tesis de la industria cultural. Hoy el mero hecho de remitir a una maquinaria que entontece a los consumidores de la industria cultural para ajustarlos a las exigencias del sistema es rechazado como “elitista” o “anacrónico”. En las últimas décadas, la cultura de masas comercial ha emprendido una marcha triunfal que se manifiesta también en el hecho de que la crítica de la misma ya no parece afectar a sus productores ni a sus consumidores. Más bien al contrario: a esta crítica se la reprocha arrogancia antidemocrática y altivez pedante.

La industria cultural, como categoría de pensamiento, ha sufrido un destino similar al de otras categorías de la Escuela de Fráncfort, sobre todo las de personalidad autoritaria y crítica del capitalismo. Esto es importante en la medida en que la praxis de la industria cultural resulta impensable sin la orientación del capitalismo al beneficio y sin la predisposición al conformismo característica de la personalidad autoritaria. La cuestión es en qué medida estas categorías siguen históricamente vigentes. Porque, si la autoridad externa ha ido perdiendo crédito desde la modernidad temprana y la propia conciencia ha ocupado progresivamente su

---

\* Universidad de Tel Aviv.

lugar; si, además, la “propia conciencia” es entendida como brazo derecho de la transformación social, y si dicha transformación ha liberalizado las formas tradicionales de control y disciplinamiento individuales, la propia conciencia habrá perdido su función burguesa como “déspota inflexible”<sup>1</sup>. Por tanto, la cuestión que se plantea es cómo entender las figuras de la autoridad en las sociedades occidentales contemporáneas; es decir: si se puede mantener el concepto clásico de estructura autoritaria de la personalidad como matriz de las sociedades modernas, o incluso como “fundamento humano del fascismo”<sup>2</sup>, tal y como se postulara en su momento.

En primer lugar, hay que tener en cuenta que la transformación de la situación mundial tras el hundimiento del comunismo en el Este de Europa no ha transformado en lo más mínimo la esencia del capitalismo; a lo sumo, que éste puede aspirar ahora a que el mundo entero sea su “terreno de juego”. La perorata sobre la “globalización” está al servicio de un discurso de nomenclatura neoliberal cuya función primaria se limita al encubrimiento ideológico de una barbarie objetiva de dimensiones planetarias; en ella se hunden (real o potencialmente) grandes partes de la humanidad, que sin embargo el discurso mediático incluye en la ideología igualitaria occidental de una globalización “cultural”. Los discursos sobre la identidad multicultural sustituyen la discusión sobre las causas estructurales de la pobreza a escala mundial –por no hablar de la lucha contra las mismas–. Por otra parte, no hay que olvidar que la lógica del capitalismo produce pobreza estructural también en las sociedades occidentales. No se trata únicamente de que el enorme aumento del bienestar no beneficie a todos los miembros de estas sociedades; tampoco de que en ellas exista una pobreza horrenda –agravada por el desmoronamiento del estado social–, sino de que el desarrollo histórico de los medios de producción no revierte en una reducción del trabajo alienado que sería objetivamente posible. Más bien se perpetúa la competencia en el mercado de trabajo manteniendo las tasas de desempleo estructuralmente altas, de modo que el trabajo alienado se convierte *mutatis mutandis* en una meta “codiciada”. El notable aumento de la xenofobia en los últimos años, así como el virulento prejuicio étnico y el crudo racismo, revelan una clara afinidad con estas contradicciones estructurales.

La figura más democrática y menos vistosa de lo autoritario, que apenas puede ser reconocida como tal, es el sometimiento al dictado globalizado de la industria

<sup>1</sup> Erich FROMM: *Die Furcht von der Freiheit*, Frankfurt a. M./Berlín, 1983, pág. 147.

<sup>2</sup> *Ibid.*, pág. 144.

cultural. En Adorno este concepto aparece intencionadamente diametralmente opuesto al de arte autónomo. Según su explicación, el concepto de industria cultural fue introducido para sustituir al de “cultura de masas” y excluir desde el principio la interpretación interesada de que ésta fuera “una especie de cultura que surge espontáneamente de las masas, la figura contemporánea del arte popular”. La industria cultural se sirve de elementos ya conocidos y los reúne haciéndoles adquirir una cualidad nueva: “De forma más o menos planificada, todos sus sectores fabrican productos concebidos para el consumo de masas y que en buena medida determinan este consumo. Los distintos sectores tienen una estructura similar, o al menos se engarzan entre sí. Se organizan hasta dar lugar a un sistema que apenas deja huecos”. La consecuencia de una industria cultural con semejante estructuración sistemática es la “integración intencionada de sus consumidores desde arriba”. Además “los ámbitos del arte elevado y el arte inferior, que habían estado separados durante milenios”, son reunidos a la fuerza, y en perjuicio de ambos: “El arte elevado pierde su seriedad al especular sobre su efecto; el arte inferior, al ser amansado por la civilización, pierde la fuerza de oposición que había tenido mientras el control social no era total”. Por tanto, mientras que la industria cultural especula manipulativamente sobre “el estado de consciencia e inconsciente” de las masas, éstas no son “lo primario, sino algo secundario, incluido en el cálculo, mero apéndice de la maquinaria”: “El cliente no manda, como querría hacer creer la industria cultural; no es su sujeto, sino su objeto”. Con otras palabras: “La industria cultural abusa de la consideración hacia las masas para duplicar, afianzar y reforzar su mentalidad, que presupone como algo dado e inmutable. Se excluye de antemano todo cuanto podría modificar esta mentalidad. Las masas no son la medida de la industria cultural, sino su ideología, al igual que la industria cultural tampoco podría existir si no se adaptara a las masas”<sup>3</sup>.

Pero esto no debe ser malinterpretado: el hecho de que los artefactos de la industria cultural no sean producidos “según su propio contenido y su coherencia interna” y de que la praxis de la industria cultural transfiera directamente “el principio del beneficio a los productos espirituales” no debe hacer olvidar que estos fenómenos no son nuevos. Sus primeros indicios eran visibles desde que los productos espirituales, en tanto que mercancías en el mercado, comenzaron a servir a sus autores como medio para ganarse el sustento. Lo nuevo en la industria cultural

---

<sup>3</sup> Theodor W. ADORNO: “Részümé über Kulturindustrie”, en *Ohne Leitbild. Parva Aesthetica*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970, pág. 60 s.

es el “primado inmediato y sin disimulos del efecto, calculado hasta los últimos detalles en sus productos más característicos”; es decir: la gran relevancia que concede a la recepción plana y acrítica de sus productos por parte de un público de consumidores cada vez más abundante y masivo. “La autonomía de las obras de arte, que por supuesto nunca fue totalmente pura y siempre estuvo entremezclada con el efecto, tiende a ser eliminada por la industria cultural”<sup>4</sup>. Si bien las obras de arte habían tenido siempre un momento mercantil, pero no eran *sólo* mercancías, los productos de la industria cultural ya no son nada más que mercancías.

La concepción adorniana de la industria cultural está claramente impulsada por la función emancipatoria del arte. Por ello, en sus planteamientos, la industria cultural aparece como una instancia de contaminación cognitiva en constante expansión. Pese a la clarividencia de su análisis, hoy éste resulta un tanto “anticuado”; pero no por la “revaloración” generalizada de la cultura de masas modelada según los patrones de la industria cultural –por ejemplo en el postulado post-moderno de la superación de cultura *high* y *low*–, sino todo lo contrario: por los excesos de la industria cultural y por la enorme expansión de su ámbito de acción, así como por el desarrollo masivo de sus medios de producción, circulación y consumo, que han adquirido dimensiones que han eclipsado todo cuanto Adorno pudo imaginar en un estadio relativamente temprano del desarrollo de la radio y la televisión.

Los argumentos de Adorno deben ser radicalizados. Porque, si –como afirma el historiador de la cultura estadounidense Michael Denning– es cierto que hemos llegado “al final” de la cultura de masas y que los debates que remiten a ésta como a una esfera “distinta” están anticuados porque no hay nada *fuera* de ella; si la cultura de masas es más bien “el elemento que todos respiramos”<sup>5</sup>; si la industria cultural tiende a la comercialización de *todos* los ámbitos de mediación institucionalizada de la “realidad”, y por tanto a la dominación de nuestra percepción cotidiana de acuerdo con la forma de la mercancía y la cosificación; si los mecanismos para medir las cuotas de audiencia están concebidos para integrar a sectores de público cada vez mayores en un contexto global de consumo en expansión irrefrenable, y al mismo tiempo logran encubrir las consecuencias represivas de los aparatos de integración con la ideología aparentemente emancipatoria de una “liberalización del

---

4 Ibid., pág. 61.

5 Michael DENNING: “The End of Mass Culture”, en James NAREMORE y Patrick BRANTLINGER (eds.): *Modernity and Mass Culture*, Bloomington/Indianapolis: , 1991, pág. 267.

mercado” democrática y una “democratización del consumo” pseudo-liberal, remitiendo a la supuesta “libre voluntad” y a la “libre elección” de un individuo que en realidad cada vez está más perfectamente ajustado: si todo esto es cierto, entonces la industria cultural ya no se limita a ser la antípoda del arte autónomo, sino que es la forma de percepción e interacción en *todo* el ámbito de acción del capitalismo tardío globalizado. El principio de intercambio que subyace a la lógica estructural de la industria cultural se ha convertido en el principio formal omniabarcante de la morfología de la alienación objetiva de las sociedades modernas. Con “falsa conciencia” no se remite ya a una superestructura ideológica que es reflejo de la estructura económica, sino a una ideología totalmente dominada económicamente que se ha convertido en *praxis* de lo que Adorno denominara “contexto de obcecación universal”. Desde este punto de vista, el tratamiento de Auschwitz en películas hollywoodienses como “La lista de Schindler” es sólo un aspecto de la industria cultural; un aspecto igualmente relevante es que “la historia de Auschwitz es convertida en mero material, en una materia prima con la que se puede hacer política como se hace con las donaciones para la campaña electoral”, como ha dicho Detlev Claussen<sup>6</sup>. No se trata únicamente de que el uso inflacionario de un concepto acabe por convertir lo indecible en algo cotidiano, tampoco de que –a fuerza de hablar de ello– se acabe banalizando lo monstruoso, sino también de algo menos aparente: estos debates son tramados deliberadamente con objeto de provocar el escándalo periodístico. Como puede apreciarse en la discusión en torno a Goldhagen en Estados Unidos, en el debate sobre el Monumento a los judíos europeos exterminados en Alemania o en la polémica sobre el antisemitismo en Israel, hoy toda controversia pública exigente puede verse degradada a mera *praxis* ideológica de la industria cultural. Se trata de una cuestión de cualidad que se convierte en cantidad: en la cuantía de opiniones expresadas “democráticamente” sobre el tema, en el número de *talk shows* que “discuten” sobre el asunto de acuerdo con los parámetros televisivos, en la cifra de *posts* que polemizan desde los blogs, en las dimensiones de su fetichización mercantil. Todos estos fenómenos atestiguan que, desde que la cultura “post-Auschwitz” dominante ha transformado Auschwitz en un artículo de consumo cuyo valor de cambio se ha materializado en la estatuilla del Oscar (y en otras prácticas de cosificación de recuerdo del Holocausto), la barbarie

<sup>6</sup> Detlev CLAUSSEN: “Das politische Denken wird ersetzt durch Konfessionen”, en *Perspektiven*, 31, 1997, pág. 27.

ya no es sólo un reflejo ideológico de la praxis, sino –como ya se ha señalado– una ideología que se ha convertido en praxis.

Lo autoritario de este proceso consiste en que se erigen nuevas instancias de autoridad: la creciente devoción hacia una cultura mediática que inunda todo a su paso como una marea, mediante sus modelos característicos de culto a las *stars*, devoción de los ídolos y la mentalidad de fan; la contemplación voyerista de *talk shows* que muestran a *freaks* y *low lives* en toda su deplorable miseria, y a los que se aclama tanto más enérgicamente cuanto más drástica sea la violencia con la que irrumpen y cuanto mayor sea su incapacidad de comunicar articuladamente: esta es la conducta del público de una lucha de gladiadores moderna que proyecta su propia vida sobre quienes se denigran totalmente a sí mismos; la disposición mecánica a exponerse a incitaciones al consumo, a la moda comercial y al sensacionalismo diseñados por profesionales. Ya se trate de arte, de entretenimiento, de un suceso político o de una catástrofe natural, sea el tema el asesinato o la muerte causada por el hambre, se hable de la extracción de los números de la lotería o de la dimisión de un ministro: de acuerdo con la estructura de presentación, percepción y explotación, todo degenera en mercancía. El valor de la muerte en África puede traducirse económicamente en valor de *prime-time*: se consume como *item*, y su efecto tiene una duración que puede medirse en el siguiente *item*, en la atracción subsiguiente, en el programa de entretenimiento que viene a continuación. Lo autoritario es la aceptación fetichista de una virtualización total de la vida; aunque ésta ya no viene “de arriba”, sí que se prepara “entre bastidores”, y convierte incluso a los hombres y mujeres del tiempo en personas de culto. Si en Adorno la familia seguía aún “las costumbres de su propio grupo social, étnico o religioso”<sup>7</sup>, nada sustancial ha cambiado en este sentido; lo que habría que investigar es en qué medida estas “costumbres” cobran forma siguiendo los patrones de las series familiares, y por tanto en qué modo los “factores económicos” del mundo mediático de la industria cultural influyen en “el comportamiento de los padres respecto a los hijos”. No debe tratarse aquí si con ello se promueve el fascismo en sentido tradicional. Eso se comprobará cuando las condiciones históricas objetivas para la resurrección del fascismo hayan madurado. Pero, mientras las estructuras autoritarias de la personalidad sigan siendo consideradas el “fundamento humano” del fascismo, se puede asumir que lo autoritario en sentido tradicional pervive en

---

<sup>7</sup> Theodor W. ADORNO: *Studien zum autoritären Charakter*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973, pág. 7.

las sociedades modernas, y en consecuencia pervive también el peligro de una recaída en el fascismo que impulsara a Adorno y Fromm. De ahí la urgente necesidad de preguntarse si este elemento autoritario no habrá encontrado su (in)digno continuador en la estructura y en la lógica inmanente de la industria cultural.

*Traducción del alemán: Jordi Maiso*