

INDUSTRIA CULTURAL, AYER Y HOY

DETLEV CLAUSSEN*

d.claussen@ish.uni-hannover.de

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 11 de septiembre de 2011

Al hablar de “industria cultural” es importante no perder de vista la ironía del concepto. Muchos se toman esta expresión demasiado en serio, y al hacerlo pasan por alto un elemento decisivo. El concepto de industria cultural ha corrido un destino similar al de los conceptos marxianos. En la década de 1930, cuando intentaba afinar el concepto de teoría crítica, Horkheimer escribió que la mayoría de la gente no percibe en absoluto la ironía de los conceptos marxianos y los toma siempre al pie de la letra. Esta ironía significa que los conceptos tienen una objetividad, pero también una dimensión subjetiva. Sin ironía, la fluidez de los conceptos se solidifica y éstos se convierten en juicios inmóviles. En este sentido existe una diferencia entre la teoría crítica de Marx y los marxismos. Podría decirse que los marxismos (el de la Segunda Internacional, el marxismo ruso del Comintern, el marxismo chino y el marxismo académico occidental después de 1945) funcionan como un gran sistema judicial. Pero la transformación fundamental entre la teoría marxiana y la hegeliana es que, en Marx, la teoría ya no da lugar a un sistema, sino que es crítica del sistema. De ahí que la ironía esté necesariamente inscrita en sus conceptos: de lo contrario reproduciría el sistema social. Esta diferencia entre Hegel y Marx es mucho más relevante que la contraposición entre idealismo y materialismo; el mundo material y sensible está muy presente en Hegel, pero está sometido a la forma del sistema: de ahí su carácter apologético. “Industria cultural” es una construcción conceptual irónica, en la tradición de la crítica marxiana. Pese a que su ironía salta a la vista, la recepción mayoritaria –sobre todo la académica– la malinterpreta una y otra vez. Aquí puede apreciarse la fuerza arrolladora de esta mala recepción, que bloquea la percepción del verdadero análisis de la industria cultural.

* Leibniz Universität Hannover.

El concepto de industria cultural fue acuñado en los años treinta y cuarenta. Para poder comprender su ironía hay que pensar en los productores de Hollywood durante esta época: eran empresarios aventureros, en el fondo unos perfectos *outsiders*. Los años treinta estuvieron marcados por el triunfo de la sociedad industrial norteamericana: era la época del *New Deal*, de la salida del fango de la crisis económica mundial, una crisis social del sistema capitalista en la que estaba en juego su existencia. En aquellos años floreció un gran culto a la industria: las grandes industrias re-emergentes (la del acero, la eléctrica o la automovilística) se festejaban a sí mismas a lo grande. Los productores de Hollywood querían homenajear a sus estrellas del mismo modo que los grandes productores industriales homenajearan a sus mejores vendedores: así es como surgió el Oscar. Se trata de una dinámica absurda, porque pasa completamente por alto la especificidad del producto cultural. Sus consecuencias pueden apreciarse aún hoy en el fetichismo difundido por cierta crítica cultural: la cantinela del “gran artista”, al que se celebra como una estrella del pop, pese a que nadie le conocería sin las estrategias de marketing organizadas hasta los últimos detalles; de este modo se desatiende el proceso de producción cultural, que tiene siempre algo de retrasado y artesanal, frente al proceso de producción industrial. Pero al mismo tiempo, en una época en la que empresas de primera fila pueden surgir en un garaje, este mito puede convertirse también en ideología. La industria del entretenimiento, el *business* cultural y el capital están hoy amalgamados en un grado apenas comparable con el de 1944.

En la época en que se escribió *Dialéctica de la Ilustración*, la forma de producción más avanzada y más socializada de la industria cultural era el cine. Pero, para que el cine pudiera llevar a la industria cultural a adquirir un carácter sistemático, necesitaba el trabajo previo de la radio. A menudo se olvida que la radio era algo que los teóricos críticos de la República de Weimar conocían de cerca. En los años veinte la radio no sólo era una gran novedad, sino que para estos intelectuales representaba también una posibilidad de ganar dinero. Walter Benjamin, que se encontraba en una situación económica delicada, había hecho a menudo programas de radio. Pero, en comparación con nuestros días, la situación era entonces más abierta y menos sistemática. Si hoy un Benjamin se presentara en una emisora de radio, probablemente no llegaría a entrar en ninguna redacción: no habría sitio para él. Pero también Hollywood, que entretanto se ha convertido en un mito, funcionaba en los años treinta de modo totalmente asistemático. En estos años los emigrantes tramaban a menudo planes para establecerse en Hollywood y poder ganarse un sus-

tento. Bertolt Brecht y Salka Viertel querían escribir un gran éxito para poner fin a su miseria económica. Brecht había insistido en que Fritz Lang rodara “Los verdugos también mueren”, una película bastante política. Cuando Lang consiguió poner en marcha el proyecto en Hollywood, Brecht quería que Helene Weigel actuara en la película, ¡pero Weigel no sabía hablar inglés! En sus anotaciones, Brecht hizo un gran show de esta anécdota.

Adorno y Horkheimer conocían perfectamente el funcionamiento del mundo del cine, y en Hollywood hablaban día y noche sobre películas. Eran *insiders*, no exponentes de la burguesía culta alemana, arrogantes y ajenos al mundo. Horkheimer tenía una estrecha amistad con William Dieterle, y Adorno con Fritz Lang. Sin estas amistades no se hubieran ido a California. Para ellos la industria cultural no era sólo un concepto irónico, sino también una experiencia viva: una dimensión fundamental de su experiencia americana. Por eso estaban en el lugar adecuado cuando comenzó a delinearse una transformación epocal: la transición del cine a la televisión. California, donde Adorno y Horkheimer vivían, fue el primer sector provisto de aparatos de televisión. El boom televisivo en los Estados Unidos data de 1948, a Alemania no llegaría hasta 1958, a España e Italia poco después, porque allí los salarios subieron un poco más tarde. California era por tanto el puesto de observación más avanzado para analizar las transformaciones epocales. Esto permitió a los teóricos críticos reconocer muy pronto tendencias fundamentales de la industria cultural, por ejemplo en la crítica al biografismo llevada a cabo en textos como “La moda biográfica” de Leo Löwenthal. El formato biográfico surgió primero en las revistas, más tarde, en los años cuarenta, se inventó la categoría del “biopic” (Dieterle fue un pionero en este terreno), y poco después todo producto de la industria cultural se veía sometido a las reglas del biografismo. Estrellas de la literatura biográfica en la República de Weimar, como Emil Ludwig, fueron bien recibidas en Hollywood. Los teóricos críticos detectaron aquí algo fundamental, cuyo alcance es aun visible en la actualidad: hoy no hay librería moderna que no disponga de una sección de biografías. Los editores saben que muchas cosas solo pueden venderse si se presentan al público siguiendo los esquemas de la biografía.

Para entender la diferencia histórica que nos separa de los teóricos críticos “clásicos” es necesario comprender la relación con la tradición que se establecía entonces. Ellos habían asistido al proceso de destrucción de la tradición. En este período, la industria cultural intentaba conquistar la cultura tradicional burguesa o utilizarla como materia prima. Por ello se producían tantas películas históricas y se

adaptaban textos literarios. Lo interesante es que este concepto de “adaptación” funciona aquí como en el darwinismo social: adaptar un material quiere decir ajustarlo a las nuevas condiciones, en sentido estrictamente darwinista. Pero esta “apropiación” transformaba completamente los materiales culturales recibidos: la tradición burguesa era devorada. Se la consumía porque la industria cultural no tiene otra fuerza que la impulse, funciona como un combustible fósil: *solo* existe ese material para mantener su maquinaria en funcionamiento. Una vez que este mecanismo había agotado la tradición burguesa, pasa a la pre-burguesa: por eso se hacen tantas películas sobre religión y sobre la Edad Media.

Si observamos esta dinámica de la industria cultural a distancia, resulta patente que lo que entonces ocurría de forma asistemática o indómita es desde hace tiempo una realidad consumada: se nos presenta como una segunda naturaleza. A finales de los años cincuenta, la prensa *high-brow* aún se preguntaba: “¿se puede escribir en revistas sin comprometer la propia reputación?”. Hoy ya nadie se plantearía algo semejante, sino que aprovecharía la ocasión en cuanto se le presentara. Esto indica un nuevo punto de partida: ya no hay un afuera de la industria cultural. Esto es algo que hoy todo productor intelectual tiene que asumir, se trata de una realidad que no puede negarse, independientemente de las convicciones subjetivas. La cuestión es cómo se puede usar este marco en beneficio del propio trabajo: ¿puede lograrse que un público no estrictamente filosófico se interese por Adorno si uno se sirve de la forma biográfica y la transforma? Desde luego, si no existiera la demanda de biografías, tampoco existiría esta ocasión. Por eso resulta inadecuado plantearse cómo se puede ofrecer resistencia contra la industria cultural. No se trata de sabotaje, sino de cómo servirse de este proceso para desarrollar las propias fuerzas. Porque la industria cultural no es un sistema ajeno que se impone desde fuera: “colonización del mundo de la vida” es una expresión engañosa, sentimentalizante. Esta expresión presupone un fetichismo de lo genuino y lo originario, da por supuesto la existencia de algo auténtico que luego es colonizado. Por el contrario, la materia prima siempre está mediada culturalmente: la fuerza crítica no proviene de la autenticidad o la originariedad, sino que se desarrolla en la soberanía sobre los medios. Por ello hay que hacer uso de las tecnologías culturales disponibles: la aversión a la técnica es índice de un conservadurismo cultural estrecho de miras. Cuando Adorno y Eisler escribieron *Composición para el cine* no partieron de un rechazo abstracto del cine, sino que se preguntaron cuáles eran los medios disponibles para transformar la música cinematográfica y dar lugar a un cine

mejor. Si sólo se puede trabajar en la industria cultural, se trata ante todo de saber hacer, esto es, de si uno logra desatar elementos lúdicos, de si consigue que el público se libere del poder del sistema o, al menos, que libere su mente: estas son las posibilidades que tenemos hoy.

El concepto de industria cultural surgió en el punto culminante de la era industrial, pero hace tiempo que ésta ha quedado atrás. Por supuesto, no hay que tomar la denominación “edad post-industrial” al pie de la letra: los rasgos de la era del capitalismo industrial siguen estando ahí, pero la situación es claramente distinta. Por una parte sigue habiendo producción en masa, una producción estremecedora de baratijas, de cosas que nadie necesita. Pero, por otra parte, hay también nuevas posibilidades. Por ejemplo, Bob Dylan es un poeta de una calidad excepcional. Hace cien años casi nadie sabía nada de Baudelaire, Heine, etc. Sin embargo, si se pregunta hoy a un chiquillo en la calle, puede cantar más o menos alguna canción de Dylan. Esto pone de manifiesto potenciales en los que nadie había pensado hasta ahora: que algo así pueda llegar a la gente, no según criterios filológicos o de *high brow*, sino a gente joven. Sin la industria cultural no hubiera sido posible.

En la década de 1960, Adorno había tenido aun que combatir la pseudo-cultura. La pseudo-cultura era producto de una formación burguesa malograda, que sólo permitía una relación deformada con los productos espirituales: algunos veneraban el arte y la cultura, pero como algo totalmente al margen de sus vidas, como una especie de religión del arte; otros se sentían obligados a hacer ver que habían logrado ascender a los estratos superiores de la sociedad y que estaban informados –lo que Bourdieu ha tematizado más tarde–. Hoy esto ya no es así: en Fráncfort, una encuesta reciente ha revelado que un 70% de los encuestados no sabía quién era Goethe. La tradición ya no es siquiera una reserva protegida, porque la mayoría de seres humanos no tiene relación alguna con la cultura burguesa; pero esto representa también una oportunidad enorme. En un seminario que dediqué a los escritos musicales de Adorno, los estudiantes escucharon por primera vez música de Schönberg. Y estaban entusiasmados, porque era un tipo de música que no habían oído nunca. Cuando el oído ya no te dicta que la melodía tiene que ir de una determinada manera, o que tiene que reproducir las armonías más sencillas; cuando la enésima canción te aburre hasta lo indecible porque siempre es lo mismo, uno acaba por sentirse aprisionado, atascado. Pero, si se escucha inesperadamente algo distinto, pueden abrirse nuevas posibilidades.

Por supuesto, en este proceso surgen también problemas: tampoco quisiera idealizarlo. Pero hoy nos encontramos en una situación de transición, en la que son posibles otras experiencias. El mayor problema es que las instituciones y espacios culturales presentan los productos culturales al público de modo tan autoritario que la cultura se convierte en algo represivo: en algo que uno *debe* aprender. Pero, por otra parte, incluso en series policíacas standard como *Tatort*^{*}, hay señales de que el público quiere una música distinta, porque ha comprendido que el condimento musical habitual, con su típica forma de dramatización, violines desde la izquierda, etc., no es en absoluto sugestiva. Es decir, a medio plazo, los redactores de entretenimiento se van dando cuenta de que, para que el público responda, tienen que presentar cosas nuevas: eso permite el uso de nuevos sonidos.

En tanto que intelectuales o teóricos, no tenemos otra opción que trabajar en la industria cultural, pero tampoco estamos completamente en sus manos. Por una parte tenemos una sobreabundancia increíble, una enorme aglomeración de bienes, tanto en la producción material como en la cultural, un excedente gigantesco de trabajo muerto. Podríamos decir que lo que un día fuera la pesadilla de las generaciones muertas es hoy esta pesadilla del trabajo muerto, que gravita sobre nosotros. También la ciencia se ha integrado en esta lógica productiva, y por ello conviene observarla con la mayor desconfianza. Los índices de impacto y los carteles de citas son un sinsentido repulsivo, son índice del “llegar demasiado tarde” de la ciencia y de la cultura. La gran mayoría de artículos científicos no vale nada: la cuestión no es si se ha leído toda la literatura sobre el tema, sino si, después de haber leído el texto, uno sabe más que antes. Lo mismo ocurre con los productos artísticos: se trata de posibilitar nuevas experiencias. Por ello, la tarea de la crítica en este proceso es insistir en el valor de uso de modo insobornable: ¿en qué consiste el producto?, ¿qué es lo que muestra?, ¿qué tiene que decir su productor?, después de haberlo visto u oído, ¿sé más o menos que antes?

El trabajo crítico dentro de la industria cultural incluye también una relación crítica con la tradición. Tenemos que asumir que la tradición ya no existe, y que eso nos ofrece una gran oportunidad: ya no estamos en manos de ninguna tradición, sino que podemos trabajar en la construcción de nuevas tradiciones. Hoy podemos decir que la esperanza en lo completamente otro era una idea abstracta. Debemos trabajar con lo que tenemos para producir algo que no

^{*} *Tatort* es una serie policíaca de la televisión pública alemana, que se emite semanalmente desde 1970 y goza de gran popularidad (N. del T.).

tenemos. Se trata de una vieja idea de Benjamin: basta desplazar mínimamente las cosas para que surja algo completamente nuevo. Cuando uno sólo es capaz de reconocer en lo nuevo lo viejo, es simplemente reduccionista. Porque también la relación entre lo nuevo y lo viejo se ha transformado.

En vista de los procesos sociales de desaparición de la experiencia, nos enfrentamos a una tarea de reconstitución de la experiencia. La industria cultural globalizada nos ofrece la posibilidad de conocer lo que ocurre en el otro extremo del mundo. Pero la representación mediática distorsiona el carácter de la simultaneidad global. Eso pone de manifiesto la actualidad de la idea adorniana de transferir lo intransferible. Las experiencias recientes del mundo árabe, o las que transmite el escritor chino Liao Yiwu, son una señal del estado actual del mundo: hay que intentar introducir las en la percepción de la sociedad. Eso no significa la idealización del otro –porque, cuando la idealización se derrumba, se pasa al extremo opuesto–, sino una experiencia diferenciada. Hay que tomar conciencia de los problemas de dicha transferencia para poder percibir las diferencias. Se trata de reconocer la tensión entre lo que ya se ha asimilado y lo que está aún por asimilar. Porque la producción intelectual y artística vive de estos desniveles. Eso es lo que permite que uno no se vea avasallado por el “debe-ser-así-y-no-de-otro-modo” de la gran industria, las macro-empresas de entretenimiento, etc. Porque, por fortuna, esa no es toda la verdad. No debe ser necesariamente así, sino que también puede ser de otro modo.

Traducción del alemán: Jordi Maiso