

Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

L Núñez Ladevéze, T Vázquez Barrio, I Álvarez de Mon Pan de Soraluze (2019): “Del “engaño de masas” de la teoría crítica al “vecindario indefinido” de Bauman”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1114 a 1131.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1374/57es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2019-1374](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1374)

Del “engaño de masas” de la teoría crítica al “vecindario indefinido” de Bauman

From "deception of the masses" of the critical theory to the "undefined neighborhood" of Bauman

Luis Núñez Ladevéze [ORCID] [Email] Universidad CEU San Pablo ladeveze@telefonica.net

Tamara Vázquez Barrio [CV] [ORCID] [Email] Universidad CEU San Pablo tamarav@ceu.es

Ignacio Álvarez de Mon Pan de Soraluze [CV] [ORCID] [Email] Instituto de Empresa

Ignacio.AlvarezdeMon@ie.edu

Abstracts

[ES] **Introducción.** Frente a la atribución al progreso comunicativo de un imperativo políticamente democratizador, Bauman, en su póstuma *Retrotopía*, describe la red como flujo individualista de autorreproducción expansiva que forma un «vecindario indefinido global» de «servidumbre voluntaria». **Método.** Análisis fenomenológico del diagnóstico de Bauman mediante revisión de sus obras. Adoptada la perspectiva del «vecindario indefinido», examinar si las tendencias de la red pueden interpretarse como consumismo masivo igualitario o como imperativamente democratizadoras. **Resultados.** La proposición de que la red global de comunicación interindividual generaliza una «servidumbre voluntaria» merece ser planteada en proyectos de investigación empírica como hipótesis contrastable. **Discusión.** La red ecuménica de prosumidores que constituye el «vecindario indefinido» en la globalización líquida necesita ser visible en todos los ámbitos sociales y en el mercado. **Conclusiones.** La condición para establecer una relación entre teoría crítica y empiría es circular: requiere describir la “visibilidad” por medios cuantitativos como suma de elecciones individuales.

[EN] **Introduction.** Contrary to the attribution to the communicative progress of a politically democratizing imperative, Bauman, in his posthumous *Retrotopia*, describes the Internet as an individualistic flow of expansive self-reproduction that forms a “global undefined neighbourhood” of “voluntary servitude”. **Method.** Phenomenological analysis of Bauman's diagnosis by reviewing his works. Once the perspective of the "undefined neighbourhood was adopted", an examination was conducted on whether the trends of the Internet can be interpreted as egalitarian mass consumerism or as an imperatively democratizing force. **Results.** The proposal that the interindividual global communication network creates a widespread "voluntary servitude" deserves to be considered in empirical research

projects as a testable hypothesis. **Discussion.** The ecumenical network of prosumers that constitutes the "undefined neighbourhood" in liquid globalization needs to be visible in all social spheres as well as in the market. **Conclusions.** The condition for establishing a relationship between critical and empirical theory is circular: it requires describing "visibility" by quantitative means as the sum of individual choices.

Keywords

[ES] redes sociales; industria cultural; Teoría Crítica; engaño de masas; Posmodernidad líquida; servidumbre voluntaria.

[EN] Social networks; culture industry; Critical Theory; mass deception; Liquid post-modernity; voluntary servitude.

Contents

[ES] 1. Introducción. El vecindario indefinido de Bauman, red del consumismo reproductivo global. 1.1. Del "consumo masivo" sólido al "consumismo reproductivo" líquido. 1.2. El Imperativo tecnológico en la fase líquida del consumismo. 2. Método. Revisión fenomenológica de la noción de "vecindario indefinido". 2.1. Marco exegético para el análisis fenomenológico del individualismo reproductivo. 2.2. Marco exegético del tránsito del "consumo de masas" al "consumismo reproductivo". 3. Resultados. De la complacencia pasiva narcotizadora a la servidumbre voluntaria. 3.1. La "complacencia pasiva" de las masas. 3.2. La disfunción narcotizadora de los medios. 3.3. Hipótesis de la servidumbre voluntaria de Bauman. 4. Discusión: el "vecindario indefinido", marco teórico para estudios de la red. 5. Conclusiones. Circularidad de la "servidumbre voluntaria". 6. Bibliografía.

[EN] 1. Introduction. The undefined neighbourhood of Bauman, a network of global replicative consumerism. 1.1. From established "massive consumption" to liquid "replicative consumerism". 1.2. The technological Imperative in the liquid phase of consumerism. 2. Method Phenomenological review of the notion of "undefined neighbourhood". 2.1. Exegetical framework for the phenomenological analysis of replicative individualism. 2.2. Exegetical framework of the transition from "mass consumption" to "replicative consumerism". 3. Results. From narcotized passive complacency to voluntary servitude. 3.1. The "passive complacency" of the masses. 3.2. The narcotizing dysfunction of the media. 3.3. Hypothesis of the voluntary servitude of Bauman. 4. Discussion: the "undefined neighbourhood", theoretical framework for studies of the Internet. 5. Conclusions. Circularity of "voluntary servitude".

Translated by **Charles Edmond Arthur**

Bachelor of Science Degree in Business Administration. University of Phoenix. Woodland Hills, California. USA.

Master's Degree in Teacher Credentialing for Secondary Education; single-subject specialty: English as a Foreign Language. University Rey Juan Carlos. Madrid 2010.

1. Introducción. El vecindario indefinido de Bauman, red del consumismo reproductivo global

En *Retrotopía*, su obra póstuma, Bauman culmina su pensamiento, condensado en la metáfora de la "sociedad líquida", sobre cómo la tecnología del transporte y de las comunicaciones promueven el consumismo como rasgo diferencial de la globalización en un "vecindario indefinido" generado por el consumo masivo de industria cultural. En obras precedentes se vale de la antinomia metafórica entre "solidez" y "liquidez" para distinguir dos fases de la postmodernidad ilustrada: "el paso del estado

«sólido» al «líquido» (2007: 113). La separación entre ambas fases no es tajante, sino evolutiva. En la etapa líquida postmoderna

“en un planeta atravesado en todas direcciones por «autopistas de la información» nada de lo que ocurra en alguna parte puede, al menos potencialmente, permanecer en un «afuera» *intelectual*... en un planeta abierto a la circulación de capital y de las mercancías... nada puede considerarse que permanezca en un «afuera» *material*... *La propagación global de la forma de vida moderna, ha alcanzado a estas alturas los límites más remotos del planeta*”. (Id., 14 y 79)

La etapa postmoderna de la “sociedad líquida” no interrumpe, acentúa los rasgos consumistas de la etapa de la “sociedad de masas sólida” (2003: 9, 33 y ss. [2000]) profundizando, por los nuevos cauces de la red, la propensión al consumo de bienes culturales iniciada en la cultura de masas, todavía de “entorno”, “presencia” o “vecindad” inmediatos. La inmediatez era la proximidad física que definía las relaciones cara a cara. Frente a la proximidad virtual, el “vecindario” era *definido* por el “entorno” o la “presencia” físicos o “inmediatos” (Cfr. 2005 [2003]: *passim*).

Siguiendo a Bauman, el rápido tránsito de una tecnología comunicativa unidireccional, en que unos pocos emisores productores de bienes culturales difunden sus productos a innumerables consumidores, característica de la cultura de consumo masivo (Adorno y Horkheimer, 1998:166; Enzensberger 1972: 34), a una tecnología digital abierta, que permite actuar a cualquier consumidor como emisor o productor de industria de entretenimiento, no altera la inclinación al gregarismo, sino que expande el consumismo al personalizarse la relación de oferta y demanda en un “vecindario indefinido”. La indefinición de la condición vecinal frente a la “vecindad definida” de la fase “sólida” propia de la cultura de comunicación analógica, viene impuesta por la amplitud ilimitada que las relaciones cara a cara alcanzan virtualmente en la red.

La masificación estratificada del gusto producido por una oferta restringida fue el rasgo definitorio de la etapa sólida (Lazarsfeld y Merton, 1977). Fue objeto de estudio de la Teoría Crítica de la Sociedad expresada en obras precedentes (2003: 43 y ss.). En las recientes, Bauman predice que la red digital, más que disipar un consumo masivo, fomenta esa tendencia al facilitar que todo consumidor pueda actuar individualmente como productor. El consumo pasivo ha mutado a un generalizado “consumismo reproductivo” a través del intercambio individualizado de productos en la red.

1.1. Del “consumo masivo” sólido al “consumismo reproductivo” líquido

Como representante de la Teoría Crítica, Bauman insiste en que, en la fase “líquida” de la postmodernidad, el consumismo se universaliza promoviendo la producción, el intercambio y difusión en masa donde se estratifican las tendencias del gusto a través de la red. Cuando profundiza descriptivamente en los rasgos de la “sociedad líquida” (2010), sigue manteniendo esta versión de cambio evolutivo entre ambas fases. El paso de la etapa sólida inicial -que caracterizó a la sociedad de masas- a una fase líquida posterior, forma parte de un solo proceso por fagocitación en la red de los antiguos medios masivos. La convergencia de medios amplifica los rasgos propios del consumismo, antes meramente receptivo y ahora también reproductor gracias a la tecnología digital. Desde este punto de vista, la sociedad líquida que circula por los flujos virtuales puede interpretarse, mejor que como ruptura, como una ilimitada ampliación del consumismo aportado por el acceso individualizado, a la producción y oferta en serie, de bienes materiales y culturales:

“supeditar la creatividad cultural a las normas y los criterios de los mercados de consumo implica exigir que las creaciones culturales acepten el prerequisite de todo aspirante a producto de

consumo: que se legitimen a sí mismas en términos de valor de mercado” (Bauman, 2010: 294 y 295).

Bauman insiste en el paso de una fase “sólida” de la postmodernidad a una fase “líquida” en la que el consumo reproductivo converge con el consumo receptivo. En obras precedentes prosigue el análisis de la industria cultural y del consumo masivo (2003: 30 y ss., 43 y ss.) iniciado por la Teoría Crítica al reprochar el gregarismo cultural generado por los medios de comunicación de masas en la “sociedad abierta”. En consonancia con esa corriente fenomenológica, insistió recientemente en la importancia que tuvo para su diagnóstico de la sociedad “líquida” la comprobación de la falta de transparencia del condicionamiento social ejercido por los medios comunicativos (2016:112), tema principal de la Teoría Crítica en la *Dialéctica de la Ilustración* (Adorno y Horkheimer, 1998: 165-213). Así, pues, no solo hay dentro del cambio tecnológico pautas de continuidad, sino que su *Retrotopía* es una revisión del desenfreno adquirido en la fase de la posmodernidad líquida de los rasgos individualistas que fueron reprobados por los primeros teóricos de la crítica social en el albor de la fase sólida: “no nos equivoquemos -en la modernidad tanto en su etapa líquida y fluida como en su etapa sólida y pesada-, la individualización es un destino, no una elección” (2003: 39).

Este énfasis de Bauman contrasta con algunos pronósticos que se hicieron sobre la incidencia del cambio tecnológico en los cambios socioculturales, especialmente los relativos al “imperativo tecnológico” (Becker, 1984; véase Núñez Ladevéze, Torrecillas y Vázquez, 2018), según el cual, el progreso tecnológico propicia una democratización del conocimiento y de la sociedad (Mason, 2016) puede interpretarse como anuncio de un cambio endógeno democratizador e igualitario (Núñez Ladevéze, Núñez Canal e Irisarri, 2018). *Retrotopía*, al contrario, es una llamada a mirar hacia atrás, una prevención para no buscar el lugar de la utopía (2007: 133 y ss.) buscándolo en algún *topos* del pasado por desconfiar del presente. Al hacerse más aleatorias las relaciones cara a cara, entramos en “el mundo del debilitamiento de los lazos humanos” (Bauman, 50: 2017).

¿Por qué la tecnología no conduce a la utopía de una sociedad mejor? Bauman, ya había anticipado la respuesta a esta pregunta en obras anteriores:

“la colectividad moral es el “cara a cara sin intermediarios... nada de normas universales... «*El deber de todos*», que *yo sé*, no parece ser la misma cosa que *mi responsabilidad*, la que *yo siento*... Únicamente las reglas pueden ser universales. Podemos legislar *deberes* a partir de reglas universales, pero la *responsabilidad* moral sólo existe y puede realizarse a título individual. Los deberes suelen hacer similares a las personas, pero es la responsabilidad lo que las convierte en individuos. (...) La moralidad del sujeto moral no puede, por ende, tener el carácter de una regla. Podríamos decir que la moral es lo que *resiste* cualquier codificación, formalización, socialización, universalización” (2005: 47-48).

1.2. El imperativo tecnológico en la fase líquida del consumismo

El imperativo tecnológico, al contrario, liga al desarrollo de la tecnología una regla que, según Bauman, no puede cumplirse como regla, ya que solo puede atañer a la responsabilidad de un individuo moral que asuma personalmente la *responsabilidad* y el *propósito* de cumplirla. “Para ser universal, la moral debió haber tenido algunos atributos que en realidad no tiene. En primer lugar, un *propósito*” (*id.*, 49). Como producto de la aplicación de una regla normativa, la atribución de un imperativo a la tecnología no puede tener carácter predictivo y habría de ser moralmente ambivalente, es decir, dependería de que la responsabilidad y el propósito fueran personalmente asumidos por un sujeto individual. Es decir, el

progreso tiene una manifestación tecnológica, pero la mejora moral de la sociedad no guarda correspondencia con su progresión científica técnica, sino con la asunción de responsabilidades personales. Bauman se refiere expresamente a la “santidad” personal (2005 [1993] 46, 75, 82 y ss. 102; 2018: 82). Pero desde el punto de vista moral, el progreso es ambivalente:

“La ciencia, por así decirlo, fomenta el progreso al revelar y criticar la naturaleza perjudicial de sus logros anteriores. Lo que esto significaría, empero, si se adoptara una visión desapegada, es que la ciencia está sumamente ocupada produciendo, o alentando la producción, de los objetos de su futura indignación; reproduce su propia indispensabilidad al apilar errores y amenazas de desastres...” (2010: 229)

En obras más tardías, Bauman se ha ocupado del carácter holístico de las manifestaciones de la sociedad de consumo, más que en el aspecto específico del consumo de industria cultural. Este cambio de enfoque explica que, en aportaciones recientes, dedique poca atención directa a la cultura de masas como expresión de una etapa sólida que ha mutado a líquida (Bauman, 2007: 47-54). Hay que reparar no obstante en que, aun centrándose en temas concretos, como puede ser la tecnología de la vigilancia, o la tecnología aplicada a la difusión cultural en la red, o la dedicada a abordar cualquier otra faceta de la globalización líquida, los fenómenos estudiados comparten como rasgo subyacente la misma incontenible proclividad hacia el individualismo consumista reproductivo. Es un denominador común a los cambios producidos por la mutación, dispensada por la tecnología digital de la red, de la “fase “sólida” de la cultura de masas unidireccional en “líquida” de circulación global.

En definitiva, para Bauman los impulsos consumidores que alientan los nuevos fenómenos culturales propiciados por la tecnología de la red no difieren de los que alimentaban el individualismo de la etapa sólida de la cultura de masas. Al romper la tecnología el modelo lineal de emisor y receptor transforma a los consumidores particulares en productores de todo tipo de bienes de consumo, especialmente si se trata de bienes culturales. Al supeditar la circulación de bienes a la responsabilidad individual, la red digital multiplica la misma propensión consumista de la sociedad de cultura de masas. Donde la libertad individual no tiene rival, “constituye el valor en función del cual han acabado por evaluarse todos los demás valores...” (2001. 9). El consumo masivo es absorbido entonces por un “individualismo reproductor”, más disperso y discriminante en la actual etapa de liquidez globalizada.

Las tendencias consumistas iniciadas por las grandes compañías mediante la producción en serie de objetos de consumo en talleres industriales, se diversifican y amplían ilimitadamente cuando el consumidor puede intercambiar su papel receptivo por el de emisor productivo. La relación es igualitariamente individualizada, pero tan gregaria como el consumismo de la “cultura de masas”. Este es el aspecto genérico que regula el proceso de la globalización, el estímulo que anima y contagia las mutaciones socioculturales, desbocadas por la irrefrenable expansión de la vía digital. Es un nuevo factor que unifica el proceso de cambio sociocultural. Un rasgo que abarca y acelera las diversas manifestaciones de la «liquidez» en los diversos ámbitos de la aglutinación tecnológica, económica, política y cultural. La red acentúa la liquidez, “refleja la constatación creciente de que las totalidades sociales tienen perfiles borrosos, se mantienen en un estado de flujo constante, no *son* algo, sino que están siempre *volviéndose* algo” (2010: 25). La globalización del consumo se ve y se trata como una «red», mejor que como una «estructura» o un «sistema» (menos aún como una estructura sólida” (2007:9). Los flujos de la red absorben todos los aspectos de la «sociedad líquida» transformándola en un “vecindario indefinido” global de consumidores reproductivos: “vivimos hoy en una sociedad global de consumidores... Retirarse de la globalización de la dependencia humana, del alcance global de la tecnología y las actividades económicas

humanas, ha dejado de ser, con toda seguridad, una opción viable”, (2010: 44, 88, 111-112). “La globalización parece hoy ineludible e irreversible... Nuestras interconexiones y nuestra interdependencia son ya globales” (2017:44). Las “premisas de mantenimiento del sistema de reproducción” del capitalismo tardío (Habermas, 1999: 72) se han convertido en condición de reproducción del proceso globalizador. Si “la felicidad requiere la *individualización*” (2009: 35), como “la sociedad puede hacer (y lo hace) que algunas elecciones sean más improbables que otras, pero no puede privar a los humanos de la libertad de elegir... refleja la irresoluble contradicción interna de una sociedad que establece un nivel de felicidad para *todos* sus miembros, un nivel que *la mayoría* de ese «todos» no puede alcanzar o se ve impedida de hacerlo” (Id.37 y 38).

Tal es en esencia el diagnóstico desalentado que confluye en su obra póstuma *Retrotopía*. Mediante la tecnología de la red, la globalización, lejos de haberse despojado de la propensión al consumo de industria cultural que había diagnosticado la Teoría Crítica, la ha universalizado. La *Dialéctica de la Ilustración* explicó la generalización de una cultura de masas como consecuencia de la retención en las grandes manos empresariales de la industria de producción cultural. El destinatario se convertía en cliente pasivo de bienes simbólicos elaborados en serie para el consumo.

El “consumismo reproductor” se ha convertido en el rasgo distintivo de la sociedad virtual globalizada, un flujo de autorreproducción que propaga el individualismo consumidor de la sociedad sólida en un intercambio entre vecinos sin proximidad, un «vecindario indefinido» global. “La nueva tecnología informática” está “cada vez más próxima a alcanzar una accesibilidad plena y verdaderamente ecuménica (para todos)” (2017:100). “El proceso de globalización ha producido hasta hoy una red de interdependencias que penetra hasta el último rincón del globo” (Bauman 2010: 108). La pregunta de investigación que se plantea es si una accesibilidad plena a los medios es equivalente a un proceso intrínseco que encauza el sistema hacia una plena democratización de la sociedad a través del empoderamiento colectivo, como infieren algunos teóricos “imperativo tecnológico”. (Núñez Ladevéze, Torrecillas y Vázquez, 2018).

2. Método. Revisión fenomenológica de la noción de “vecindario indefinido”

Situamos metodológicamente el tema de este trabajo en el marco fenomenológico abierto por esta descripción del “individualismo reproductivo” de dimensión ecuménica que permite acceder a todo individuo tanto al consumo como a la producción. No proponemos hacer un estudio hermenéutico sobre el conjunto de la obra de Bauman. Nos ceñimos al marco teórico de su fenomenología crítica para centrarnos en el alcance de su diagnóstico sobre “el vecindario indefinido” propuesto en *Retrotopía*. Para la revisión de los textos de Bauman adoptamos el enfoque que ofrecen los estudios que asumen la tesis de la convergencia de medios analógicos y digitales, Sola Pool y Jenkins (2007), principalmente (Cfr. Núñez Ladevéze, Torrecillas e Irisarri, 2019).

Desde esta perspectiva teórica abordamos la diagnosis de Bauman sobre el consumismo cultural. Al formar parte de un proceso ecuménico de “individualismo reproductor” aglutina las interacciones individuales en un, expresivamente denominado, “vecindario indefinido” virtual. La expresión “vecindario” está usada en sentido figurado para resaltar, por analogía con el significado de “vecindad” física “cara a cara”, que, en la fase líquida de la red, cada uno puede comunicarse con cualquier otro por distantes que se hallen como si fueran vecinos. Todos hablamos, producimos, consumimos y podemos potencialmente acceder a todos los demás.

Al poder relacionarse virtualmente a distancia “cara a cara” cada uno de los que componen el mundo, queda suprimida la restricción de la noción “sólida” de “vecindario”, definida por la proximidad física en el espacio de comunicaciones analógicas. Desde que las relaciones cara a cara pueden establecerse virtualmente a distancia, sin proximidad, el vecindario deja de ser espacialmente delimitado. Pero al igual que un vecindario analógico, tampoco en el vecindario indefinido es posible que cada uno oiga, se relacione o consuma a la vez lo que la suma de individuos, que constituye el mundo, diga o produzca simultáneamente. Al igual que en una ciudad repleta de escaparates un individuo ha de seleccionar dónde compra o no compra, el proceso de globalización está necesariamente subordinado a un proceso de selección.

Distinguir lo particularmente relevante en el ruido donde se confunden las innumerables conversaciones, apreciar lo personal en el murmullo colectivo fraguado por los seres que hablan, informan, enjuician y producen, aislar lo significativo en el rumor colectivo en que convergen las ofertas significativas y las insignificantes... En un “vecindario indefinido” todos los vecinos pueden tener contacto entre sí, sin que, al contrario de lo que es factible en un “vecindario de proximidad” física, el individuo pueda tener de hecho comunicación con cada uno de los que componen esa innumerable totalidad a la que puede tener acceso. De aquí que la apertura a todos no pueda dejar de ser selectiva, discriminante, particularizada. Cada cual accede a lo que encuentra según sus preferencias, a la casualidad porque la “libertad” o a la oportunidad del encuentro, a lo que se ajusta a sus condicionamientos, a lo que se adapta a sus intereses y a sus propósitos para distinguir, apreciar y seleccionar lo que le conviene o incita su “concupiscencia” (Bauman, 2005: 46 y ss.).

2.1. Marco exegetico para el análisis fenomenológico del individualismo reproductivo

La participación del consumidor en la producción de bienes de consumo material no es un tema introducido por Bauman. Es un lugar común de los comentarios sobre la economía en la red. La bibliografía disponible es tan voluminosa que resulta inabordable. Nuestro tratamiento asume que las referencias de Bauman a la globalización del consumismo individualizado a través de las redes contienen una perspectiva de presupuestos teóricos solventes para abordar un marco de investigación empírica de los flujos de autorreproducción de la postmodernidad líquida a través del consumismo reproductivo individualizado. Aceptado este respaldo para el análisis fenomenológico nos servimos del potencial teórico sobre la tecnología de la comunicación que ofrecen los textos del malogrado pensador.

Desde este supuesto aceptamos los términos implícitos en la noción de “vecindario indefinido” en la *Retrotopía*, según la cual hay pautas de continuidad intrínsecas entre el consumo masivo y el consumismo reproductivo. Nuestro texto no pretende tratar la tesis de Bauman directamente como una hipótesis que pueda prestarse a comprobación o refutación empírica. La aceptamos como tesis descriptiva del conjunto fenoménico de la globalización en la etapa líquida de la red. La complejidad del tema, que afecta a una interpretación evolutiva del cambio de la sociedad de masas a la red digital, requiere abordar con precaución el engarce de un posible tratamiento empírico. Este es nuestro fin al realizar esta revisión fenomenológica. En el marco teórico de nuestros proyectos de investigación lo hemos delimitado como un asunto de discusión previa. Así que situamos aquí la tesis del “vecindario” como tema de un estudio previo enfocado a comprobar el supuesto de que los indicadores empíricos disponibles son compatibles con este marco teórico. Nos proponemos reunir garantías antes de pasar a tratar la tesis de Bauman sobre el “vecindario indefinido” como conjetura empírica verificable o refutable. No se trata, por tanto, de refutar o confirmar ahora una hipótesis.

El acercamiento pretende algo básico, tal vez no más limitado ni menos expuesto, por estar ligado a una tesis total o comprensiva sobre el rumbo de la sociedad líquida. En la revisión fenomenológica, la tesis de Bauman del “vecindario indefinido” generado por el individualismo reproductivo es una continuación exacerbada del consumo cultural masivo característico de la etapa sólida de la posmodernidad. El emprendimiento de investigaciones empíricas concretas podría situarse en un marco teórico y conceptual cuya finalidad es confirmar y refutar parcial o plenamente los supuestos basados en estas nociones legados por el análisis fenomenológico que comunica a la Teoría Crítica con la obra de Bauman. Nuestra atención se centra, por tanto, en comprobar si, adoptada la perspectiva conceptual del “vecindario indefinido”, las tendencias que se muestran en el uso de la red pueden caracterizarse como discriminatorias (Hindman, 2009) más que democratizadoras. Hindman denominó al proceso de selección de datos de Google la “googlearchy” (2009: 38 y ss.). La evolución de los registros de consumo de audiencias en el video a demanda “personalizadan” (*customizar*, en la jerga de la mercadotecnia *on line*) es una aplicación de la “googlearchy”. Este es el marco teórico exegético para la noción de “vecindario indefinido” y de su grado de adecuación descriptiva o explicativa del fenómeno del individualismo reproductivo de prosumidore en la fase líquida de la postmodernidad.

2.2. Marco exegético del tránsito del “consumo de masas” al “consumismo reproductivo”

El antecedente más consistente de estudios sobre “consumismo reproductivo” de industria cultural, remonta a *La sociedad de consumo* publicada por Baudrillard en 1970 (2014). La base teórica de Bauman sobre el proceso de reproducción del sistema de consumo enlaza expresamente con *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío* de Habermas (1999[1987]). Ambas referencias son útiles para situar nuestro marco conceptual en un contexto de adecuación fenomenológica definido, en el que la transmisión de contenidos y la formación de opinión pública, es solo una faceta de la globalización caracterizada de modo uniforme por la liquidez reproductiva del consumo individualizado de bienes en general, y de bienes de entretenimiento cultural en particular. Condensamos su diagnóstico póstumo sobre la reproducción de los procesos de consumo propiciada por la tecnología en la globalización, en tres proposiciones:

1. El tránsito de una modernidad sólida a una modernidad líquida expresa el triunfo tecnológico de la razón instrumental. Alcanza su cénit cuando el sistema de transmisión de información pública unidireccional de pocos emisores a innumerables destinatarios deja paso a un sistema de reversibilidad ecuménica de las funciones comunicativas a través de la red: todos los destinatarios del consumo de industria cultural pasan a ser, al menos potencialmente, productores culturales.

2. Esta mutación tiene como principal manifestación social la aparición de un “vecindario indefinido” caracterizado por la profusión de grupos difusos formados por adscripción a liderazgos o *influencers* dispersos (2017: 100). En este entorno las relaciones materiales cara a cara, *in presentia*, basadas en el contacto físico, se amplían ilimitadamente a relaciones cara a cara virtuales, *in absentia*, cuyo contacto sensorial se establece a distancia ilimitada a través de medios tecnológicos:

“los grupos tendían a amalgamarse entre miembros vecinos que compartían una proximidad física que facilitaba encuentros cara a cara... los grupos en la era de la informática (reencarnados en forma de ‘redes’) se forman y cuajan en torno a aquellos transmisores de información que, por una razón u otra, se consideran voces de autoridad juzgadas fidedignas (2017: 39)”.

3. Hay teorías que adscriben el cambio tecnológico a un designio interno, como puede ser una tendencia intrínsecamente orientada al igualitarismo democrático deliberativo o la expansión creativa de una democracia cultural. En contraste con este planteamiento normativo, para Bauman la tecnología de la

reversibilidad funcional facilita el empoderamiento ecuménico de los medios de producción por parte de los consumidores, hasta ahora sujetos pasivos o receptivos de un proceso comunicativo, pero no determina una evolución preestablecida explicable en términos de imperativo democratizador. Es la “condición” para el proceso reproductivo de la sociedad de consumo, aunque, -o, porque- los usos abiertos por la tecnología, como de modo análogo pasó con la escritura, hagan accesibles “ecuménicamente” a todas posibilidades que antaño solo eran accesibles a muy pocos.

Nuestro punto de partida aspira a condensar estos tres puntos de la última obra de Bauman, que confluyen en el diagnóstico de la reproducción mediante el consumo en red de un “mundo capitalista global de consumo” (2014: 82). La sustitución del “sistema” por las “redes” globaliza el proceso de reproducción de la sociedad individualista de consumo ilimitado, pero, aunque este empoderamiento sea “ecuménico” y universalice la interacción comunicativa, no se orienta a reforzar un entorno cultural apropiado para la generación de un debate deliberativo entre ciudadanos.

A partir de conceptos que se han ido afianzando en la sociología de la comunicación examinamos la noción de “vecindario indefinido” de la *Retrotopía* en el marco hermenéutico de una fenomenología comunicativa.

3. Resultados. De la complacencia pasiva a la servidumbre voluntaria

Al realizarse a distancia, el intercambio de funciones comunicativas propio de las relaciones cara a cara, la nueva interfaz modifica según todos los descriptores los procesos de producción en masa de bienes culturales (Núñez Ladevéze e Irisarri, 2015). Esta posibilidad de ampliar sin limitaciones espaciales las relaciones cara a cara o *in praesentia*, llevó a algunos a pensar que había llegado el fin de la era de la producción de industria cultural destinada al consumo de masas. Los críticos habían anunciado que los receptores, convertidos en productores, romperían los patrones estéticos impuestos por una industria cultural monopolizada por el empresariado emisor. Según los pioneros de la Teoría Crítica la industria controlaba el «sistema» mediante el “engaño de masas” (Adorno y Horkheimer, 1998: 165), para asegurar esa supremacía. Bauman suscribe el logro tecnológico: “inmersos de lleno en la sociedad de consumo ... (Bauman, 2016:71) ... las promesas modernas siguen estando vivas... la promesa original de la modernidad ha alcanzado... su más plena materialización” (79- 80)”. Entendiendo aquí por “promesas modernas” un acceso democratizado al medio comunicativo que liberaría a las masas de su “engaño”.

Bauman se distancia de la acerba crítica a la cultura de masas de sus predecesores al desvincular la “plena materialización” tecnológica del contenido imperativo que la teoría crítica asociaba, por vía negativa, a la «promesa». La empresa capitalista impedía el intercambio de las funciones emisora y receptora que tecnológicamente era posible y socialmente deseable. Pero según Bauman la intercambiabilidad funcional se ha generalizado creando como medioambiente cultural un «vecindario indefinido» de individuos que se asocian en grupos interrelacionados por la tecnología de la comunicación. En este medioambiente las generalizaciones de las orientaciones individuales guían las preferencias en la sociedad de consumo y las tendencias de la producción cultural que impulsan la interacción de oferta y demanda. El intercambio funcional no ha promovido como pensaron los críticos un entorno deliberativo, igualitariamente democrático, sino “un espacio, fragmentado, difuso y disperso” (2017:101).

La noción de “vecindario indefinido” de Bauman es fruto de la evolución interna de la Teoría Crítica. El diagnóstico inicial insistía en que la relación entre emisores limitados e innumerables destinatarios era un instrumento de la industria para asegurarse la servidumbre mediante el engaño de masas. Como representante de la Teoría, Habermas se percató de que esa supremacía de la industria en el proceso

comunicativo no podía obedecer a un designio, era compatible con tendencias en conflicto. McLuhan ya lo había anunciado. Aunque Bauman no remite a McLuhan mas que para referirse de paso al enunciado de “el medio es el mensaje” (Bauman y Lyon, 2014:50), ni siquiera lo cita en su obra *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global* (2010), el énfasis que pone en muchas de sus obras en la “vuelta a las tribus” y su póstuma referencia al “vecindario”, confirma la impresión de analogía con la “aldea” mcluhiana (2016: 132). Refuerza esta analogía que ambas nociones, “vecindario indefinido” y “aldea global”, se enuncien recurriendo a la misma figura retórica del oxímoron.

En 1979 Toffler propuso la noción de “prosumidor” en *La tercera ola*, una prospectiva especulativa. La capacidad que atribuye Toffler a la tecnología industrial para personalizar la capacidad productiva y la consumidora, y a la tecnología comunicativa para hacer reversibles las funciones emisora y receptora, se basa en datos y descripciones de los cambios tecnológicos que ya se estaban produciendo. Naturalmente, Habermas estaba sobre aviso de ahí la rectificación a que somete a sus predecesores críticos a la que aludiremos más abajo.

Bauman ya ha suscrito todas las consecuencias de estos cambios tecnológicos que distinguen los tiempos líquidos de la globalización del consumo reproductivo individualizado. La noción de “vecindario indefinido” es propuesta como un fruto de la potencialidad de la tecnología para extender ilimitadamente las posibilidades de la mediación humana. No es optimista. El proceso de la postmodernidad es decepcionante porque hace más aleatorias y fragmentarias las relaciones cara a cara. Es “el mundo del debilitamiento de los lazos humanos” (50: 2017), donde es indiferente cómo se relacionan los agentes de la producción: si se difunden o no los mismos mensajes entre medios distintos, o si varía la relación de los destinatarios del proceso comunicativo con relación al medio de recepción. Lo que importa es si el sistema de nuevos procedimientos de conexión personalizados para mantener “un conjunto de «personas a nuestro alcance»” (100), mediante relaciones virtuales cara a cara a distancia a través de la fragmentación de grupos y la asociación individualizada de conexiones, reproduce o altera las pautas culturales establecidas por los procesos de masificación de consumo de industria cultural característicos de la cultura de masas.

Para algunos, en el fluido de la sociedad líquida, se conservan los vectores de la producción y el consumo típicos de la producción de industria para la masificación cultural. Estas tendencias aparecen desfiguradas o difusas en el escenario implicado por la conversión de la red en un medio de comunicación universal de relaciones personales a distancia cuyos usuarios se intercambian en las funciones de transmisión, producción y recepción de bienes culturales masivos (Núñez Ladevéze e Irisarri, 2015).

3.1. La “complacencia pasiva” de las masas en la Teoría Crítica

Los pioneros francfortianos observaron la reiteración temática en la variación de estructuras narrativas, propia de la producción de manufacturas en serie, y la rigidez no intercambiable de las funciones emisora y difusora. La radio remitía a los oyentes “autoritariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones... todo resto de espontaneidad en el ámbito de la radio oficial es rodeado y absorbido”. La crítica de Adorno y Horkheimer a las sociedades democráticas reprochaba que el capitalismo no desarrollase “respuesta” en el destinatario, bloqueara la “espontaneidad del público”, impusiera a la audiencia la función receptiva. Aseguraron que “el contraste técnico entre pocos centros de producción y una dispersa recepción condicionaría la organización y la planificación por parte de los detentores” (1998:166). Con la reproducción seriada de bienes culturales radiados, visuales o escritos, accesibles a distancia, “las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza”. La industria se adapta a tales pedidos: “Cine, radio y revistas constituyen un sistema... El cine

y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología... Se autodefinen como industria” (*Id.*165-213).

Es relevante reparar en que no fue la televisión lo que centró la atención de los teóricos críticos, como cabría esperar desde la perspectiva presente, al definir la cultura de masas. Hay que subrayarlo: la función de entretener a grandes audiencias comienza con la radio, no con la televisión, y los estudios preliminares sobre la manufactura audiovisual se ligan a la cinematografía, no a las series televisivas. Adorno y Horkheimer se refieren expresamente a cine, radio y revistas. La observación viene a cuento para comprender que la imponente explotación de la televisión como industria de entretenimiento de consumo masivo, solo significó una modificación acumulativa, pero no supuso un salto cualitativo en la relación entre productores de industria cultural y receptores de productos manufacturados por medios masivos. Ya con la radio, la prensa y la cinematografía, se produce, a través de la difusión de copias, el novedoso fenómeno de presentar una oferta cultural a una demanda de consumidores potencialmente ilimitada.

3. 2. La disfunción narcotizadora de los medios

Si los francfortianos criticaron ásperamente el “*sistema* de industria cultural”, los sociólogos funcionalistas se centraron principalmente en la selección de “los *productos* de la industria cultural” por los destinatarios. Contrastemos estos dos puntos de vista. Los francfortianos reprochan que:

- 1) las masas son *cómplices complacientes* del proceso comunicativo que explota su adocenamiento, un conjunto homogéneo de destinatarios pasivos de la explotación comercial;
- 2) la explotación es inherente al sistema comunicativo porque la pasividad es controlada para imponer a las masas los designios de sus controladores;
- 3) la unilateral relación de supremacía del emisor (pocos) sobre el destinatario (todos) se presenta como irreversible cuando técnicamente no lo es. Esta es la forma negativa del imperativo mediático. El sistema de producción, impide sacudirse el yugo de la complicidad complaciente que asegura la sumisión de las masas al excluirles de la función emisora y reducir su capacidad comunicativa a la receptora.

Para los funcionalistas la masificación podía explicarse de otra manera, como un efecto disfuncional de los medios. Lazarsfeld y Merton lo denominaron “disfunción narcotizadora” (1977). No se trataba de un concepto nuevo. Ya Platón se había referido al *farmacon narcoticon* como resultado de la acción adormecedora de la escritura. Foucault vuelve en su *Arqueología del saber* sobre esa idea platónica de que la escritura sustituye la reversibilidad del diálogo por la unilateralidad de la *tejné*, un remedio para la memoria, pero un simulacro del saber, porque el que lee no demuestra comprensión cuando simula comprender lo leído. Derrida glosó extensamente esa relación (1975).

Aunque al referirse a la disfunción “narcotizadora”, los funcionalistas se inspiraban más en la crítica de Adorno y Horkheimer que en el diálogo de Sócrates con Fedro, su tratamiento era más bien platónico. Si la escritura es un medio tan artificial y unidireccional como la televisión, podría ser también narcotizante igualmente a como la “escritura”, remedio de la memoria puede servir a la vez a aparentar la comprensión. Eso es lo que dice Sócrates cuando observa que, al sustituir a la memoria, la escritura puede narcotizar la intelección. Presta un servicio, ya que libera la supeditación del conocimiento a la memoria, pero afronta un riesgo, ya que la lectura no demuestra que se comprenda lo leído. La escritura es un artificio ambivalente. Lo que se desprende de la glosa platónica sobre el mito de la escritura es que no hay una

vinculación normativa entre funciones comunicativas y medio de comunicación, sino una ambivalencia que se muestra en servicios que pueden o no compensar sus perjuicios.

3.3. Hipótesis de la “servidumbre voluntaria” de Bauman

Aunque los análisis empíricos pusieron a prueba el postulado de la complacencia pasiva, Bauman admite sutilmente esta idea cuando dice que “la cooperación es el principal recurso empleado por los sistemas sinópticos de marketing...para convertir la servidumbre en voluntaria y hacer que la sumisión pueda ser vivida como un progreso de la libertad” (Bauman y Lyon 2014: 140 y 141).

Al comentar el origen de la escritura, anticipaba Platón una enseñanza que recoge Bauman tal vez a regañadientes, pues está más próxima a la noción de “disfunción narcotizadora” de los funcionalistas que a la de “complacencia pasiva” de la fenomenología crítica. La escritura es un medio lineal. La relación del lector con lo escrito puede proporcionar tanto una utilidad efectiva como limitarse a aparentar que la proporciona. La ventaja está en que el mensaje se guarda, perdura en el tiempo, se conserva y alivia a la memoria del esfuerzo de tener que recordarlo. El daño proviene de que la lectura no garantiza que el lector comprenda lo que lee. Como remedio para la memoria, puede adormecer la comprensión. El texto calla si el intérprete lo interpela. No hay interacción ni diálogo. Obviamente, esta relación linealmente irreversible es equiparable a la unilateralidad lineal de la mediación entre emisores y productores en la radio y la televisión (Núñez Ladevéze, 2015). Ahora bien, si la modernidad presenta la lectura como un modelo para la reflexión, la conservación del conocimiento y la transmisión intelectual, ¿por qué una relación lineal como la de la escritura, no funcionalmente reversible como la relación oral o la de la red, ha de presentarse como expresión de un designio de “servidumbre voluntaria”? O bien, invirtiendo los términos para adaptarlos a lo que causa la perplejidad de Bauman: ¿Por qué, alcanzada la “promesa de la modernidad” de la reversibilidad ecuménica en la red, seguimos “inmersos de lleno en la sociedad de consumo”?... (Bauman, 2016: 71)

Antes de que la industria capitalista introdujera la red, el argumento sobre el designio se basaba en la hipótesis de que “solo es auténtica comunicación la que se asienta en un esquema de relaciones simétricas”, a lo cual se accedería cuando las relaciones entre emisor y destinatario no fueran impuestas por el sistema, sino intercambiables (Enzensberger 1972: 34). Para los funcionalistas las masas pueden no ser cómplices pasivos de un sistema de autoengaño, pero son condicionadas, ¿“narcotizadas”?, por un sistema de producción destinado al consumo gregario. Pero, con la expansión de relaciones intercambiables aportada por la red, la hipótesis de Adorno y Horkheimer que asume Enzensberger ya no es sostenible. El ya precavido Habermas de la *Teoría de la acción comunicativa*, advertía que el intercambio funcional estaba al alcance de la tecnología comunicativa. Es decir, que no se trataba de un designio. En la edición revisada de 1987, glosando la crítica de Adorno y Horkheimer, advierte que “la formidable ampliación del potencial de la comunicación está, *por ahora*, neutralizada por formas de organización que aseguran los flujos de comunicación en una sola dirección, y no flujos de comunicación reversible” (1999[1987], I: 473). Captó que el cambio se estaba produciendo desde dentro del sistema, no contra su designio.

4. Discusión: “vecindario indefinido”, marco teórico para estudios de la red

La desazón que causa en Bauman la expansión del consumismo en la reversibilidad funcional de la red, donde los consumidores son productores, concluye adoptando la tesis, ya anticipada por el giro de Habermas, de la neutralidad o la ambivalencia tecnológica: “los medios electrónicos son neutrales en cuanto al modo en que la lógica de la racionalidad instrumental ha de ser (o es) aplicada por sus usuarios”

(2017: 86). En suma, Bauman acepta la idea de la “complacencia pasiva” denominándola “servidumbre voluntaria”, pero la desvincula de un designio inherente a una lógica controlada por beneficiarios o impuesta para servir a los intereses intencionales de los propietarios de los medios comunicativos, como hicieron los primeros teóricos críticos. Si hay una red global, la servidumbre es global en un vecindario indefinido global.

Bauman insiste desde sus trabajos iniciales hasta los más recientes en que

“el avance espectacular de la cultura del consumismo...se está aplicando a la interacción entre seres humanos...consumidores en una sociedad de consumidores (que)...tiene una responsabilidad importante en la fragilidad actual de los lazos humanos y en la liquidez de las asociaciones y las sociedades humanas” (2014: 96-97).

En la posmodernidad líquida de prosumidores que, según Bauman constituyen el «vecindario indefinido», lo comunicado en red es ecuménico por lo que compete, para ser visto, en todos los ámbitos sociales y en el mercado.

El actual escenario de las redes alentado por la industria capitalista de la comunicación que alimenta la sociedad líquida global lleva a Habermas a adoptar reservas en su teoría de la acción comunicativa y a Bauman a rectificar las interpretaciones de los primeros críticos teóricos: los agentes productivos que *impedían* el intercambio funcional fueron, son, los incitadores del proceso (Fuchs y Sandoval, 2014). No hubo un control empresarial de la “espontaneidad del público” ya que fue la propia industria la que hizo posible el cambio de consumidor a productor. La innovación del sistema empresarial renovó su proceso reproductivo (Habermas, 1999 [1987]). La inadecuación entre la crítica fenomenológica primeriza y la descripción fenoménica de la evolución producida por la renovación tecnológica fuerza la reformulación crítica que se expresa en la noción de “vecindario indefinido”.

Para adaptar las exigencias de la crítica fenomenológica a esta perceptible evolución, Bauman concibe la red como fruto de un proceso de mediación que culmina en el intercambio “ecuménico” de las funciones comunicativas en que todos los usuarios, sin restricciones, pueden interactuar a distancia en un “vecindario” social e individualmente interconectado. Emisores, productores, receptores, intercambiables también como consumidores activos, pasivos o disidentes. Para mantener la congruencia descriptiva de la teoría crítica, las posibilidades que ofrece la red han de interpretarse como guía para la toma de decisiones, pero los procesos selectivos han de desvincularse de una normatividad intrínseca al medio comunicativo. Dependen de las decisiones de los agentes individuales sujetos de responsabilidad moral, bien entendido que su autonomía normativa queda condicionada por las posibilidades instrumentales que ofrece el medio comunicativo para alcanzar sus propios propósitos.

Si el intercambio funcional hace posible toda comunicación cara a cara en el “vecindario indefinido”, la asignación de diferencias singulares podría diluirse tanto como reforzarse. La red traslada a la autonomía individual la capacidad de actuar selectivamente sobre los condicionamientos que los usuarios promueven. Como no todo puede verse, leerse ni producirse a la vez por todos, el proceso selectivo está asegurado para un consumismo que se reproduce a través de la reproducción para el consumo. Las propias elecciones de los usuarios, al configurar un perfil, sirven de parámetros para ofertar selectiva y mecánicamente productos para consumo adaptados a un perfil que, mediante la progresiva acumulación de información, podrá ser progresivamente más individualizado. El control de los parámetros de datos que configuran los perfiles es anónimo (Hindman, 2009) aunque puede no serlo donde no haya libertades democráticas.

La red posibilita que el diálogo virtual trascienda las limitaciones espaciales y temporales de la proximidad natural. Si se busca una difusión restringida, como en el correo electrónico, el destinatario será predeterminado, pero si se pretende una difusión social, como en las redes, aunque la producción y la recepción puedan ser personalizadas, el éxito del producto se medirá por la aceptación de los destinatarios potenciales. La cuantificación entendida como suma de decisiones individuales es el denominador común de las pretensiones de éxito comunicativo. “Lo privado es ahora público y puede ser celebrado y consumido por innumerables «amigos»” (Bauman, 2013: 23). La preferencia sobre el tipo de público es subjetiva, pero la medición siempre es cuantitativa: número de individuos, “amigos” o no, de la población deseada. Como el resultado es cuantitativo, el contenido difundido puede no diferir del de la cultura de masas... un producto para el entretenimiento consumista o para entretenimiento de una minoría.

En “la sociedad moderna líquida de consumo” (Bauman, 2010: 222) lo que cuenta para la acción comunicativa es la “visibilidad”. En el proceso comunicativo lo visible es lo que existe, lo que se percibe como acción realizada con éxito es lo que puede cuantificarse en la recepción sin la cual no se consuma la intención del comunicador: número de visitas de la página, de entradas, citas o miradas: en una contienda electoral será el de electores; si un libro, un blog o una película, número de lectores o espectadores que satisfagan el perfil pretendido por el emisor o productor. Es igual, electores, lectores o espectadores... *índice de citas, entradas de fútbol, de ópera de cine o de teatro, comScore, Statista, keywords*. Se mide siempre lo comunicado y el éxito de la comunicación solo se asegura por la cuantificación de su visibilidad. En el grupo de interés, cuanto más visible, mejor para la adscripción del individuo al grupo. El cumplimiento de la intención del acto comunicativo siempre es una suma que constituye una cantidad.

Nada impide que la maquinaria se adueñe y reutilice los canales usados por la productividad personal para presentar “perfiles” adaptados a cada pretensión. Los cauces pueden converger tanto como competir. Sabiéndolo o no, somos cómplices complacientes del sistema de cuantificación individualizada de consumo cultural, alimentamos “la versión actual de la «servidumbre voluntaria»” (Bauman y Lyon, 2013: 149). Basta con admitir que la ejecución del acto comunicativo es una “servidumbre” exigida para asegurar la autorreproducción del sistema, por “voluntaria” que sea nuestra colaboración. *That it's the question*.

5. Conclusiones. Circularidad de la “servidumbre voluntaria”

Los saltos tecnológicos afectan directamente a las preferencias del consumo, y como eso es lo que se discute, cabe suponer que inciden distintamente en las preferencias sociales. El consumo de conocimiento, información o entretenimiento distribuye la asimetría entre emisores y receptores “tiene la capacidad de *facilitar* las elecciones humanas... tanto que seamos culturalmente omnívoros como que practiquemos una selectividad muy estricta” (Bauman, 2017: 86). Recibir conocimiento, información, entretenimiento o deleitarse con una u otra cosa son exigencias que responden a necesidades comunes, generalizables. Suministrar conocimiento, escribir, informar, entretener, procurar deleite en otros son, en cambio, tareas que cada uno hace de modo diferente. La demanda social satisface una oferta determinada que puede convivir o competir con otras rivales. Su resultado puede medirse, aunque sea en proporción a la aspiración subjetiva que cada uno determine como prueba de acierto.

También la excelencia suele medirse recabando “cantidades de individuos” que prueban el éxito. La vara utilizada para medir la popularidad, que contabiliza las audiencias televisivas, los ejemplares de periódicos, los oyentes de radio, es la misma que cuenta visitas o entradas en *Scopus, JCR, Google academic* o el factor de lectura de la publicación más especializada. Hasta quienes lo reprobaban, participan en la fiesta. Se adapte al ego personal de un solo lector, al aplauso selectivo, a la audiencia generalizada

o al reconocimiento de la crítica más especializada, el rasero es la cuantificación. La red que alimenta “seguidores” de tuits, de blogs, de periódicos, de oyentes, de accesos a webs, es la misma que elabora el índice de impacto en JCR.

La Teoría Crítica conceptuó a los destinatarios de industria cultural como “consumidores culturales”. Asoció el “consumidor” a la “pasividad” y la televisión sustituyó a la radio como máxima expresión de pasividad teledirigida. La discusión sobre las tendencias producidas por el advenimiento de la sociedad digital puede presentarse igualmente ahora como un análisis cuantitativo de tendencias, como puede ser el análisis de audiencias y de acoplamientos en la red, preguntándose si la adaptación a la red facilita o no el mantenimiento de un estilo de producción y de consumo. Siguiendo el esquema implícito en Bauman, quedan simplificadamente abiertas tres posibilidades a la comprobación estadística de medio plazo.

1. La condición de prosumidor no altera el sistema de producción y difusión de industria cultural. El televisor conserva su predominio como transmisor de industria cultural. La globalización de las relaciones cara cara en las redes, que “pone fin a la idea del vecindario definido en términos de una distancia física”, no modifica el flujo de pocos competidores en un mercado de audiencias. Comprobada la actividad ante el televisor que los estudios del contexto de recepción de audiencias ratificaron (Torrecillas, 2013), las capacidades abiertas por la tecnología digital, al vincular otros artilugios a la televisión, no la desplazan. Al contrario, refuerzan el consumo de bienes culturales a través del televisor.

2. Aunque hay signos de debilitamiento del televisor, no lo hay del consumo de industria cultural: el entretenimiento masivo fluye copiosamente en la red propagado por “la nueva tecnología informática, cada vez más próxima a alcanzar una accesibilidad plena y verdaderamente ecuménica (para todos)” (Bauman, 2017: 100). La selección de contenidos se distribuye en sumas acumulativas de innumerables decisiones individuales. Con la metatelevisión (Carlón, 2006), los usuarios consumidores pueden acceder por cualquier dispositivo al consumo de productos de entretenimiento masivo. La industria cultural goza de buena salud, porque el vecindario ilimitado de la red se solapa con las audiencias convencionales.

3. La extensión de las relaciones cara a cara invita a hipotetizar la *transformación* del actual “capitalismo de consumo” (Arias-Maldonado, 2016) del que forma parte principal la industria del entretenimiento masivo. El consumismo reproductivo en la red puede aspirar a un “empoderamiento creativo” (Castells, 2009) de la producción y la difusión de bienes de interés cultural que el medio posibilita. Pero como no todo puede ser visto por todos al mismo tiempo, en la red se dispersa lo que se ve (Núñez Ladevéze, 2017). No hay “empoderamiento” sin “selección consumista”. La red los implica a la vez que los disocia.

“El contenido del *vecindario*, entendido como un conjunto de «personas a nuestro alcance» ... personas que te siguen, o se interesan por ti, no está ya inscrito como antes, pues, en un espacio continuo o contiguo, sino en uno fragmentado, difuso y disperso” (Bauman, 2017: 101). ¿Cómo encontrar a tu “vecino” en una red social o cómo demostrar que te sigue en otro si te encuentra? El negocio de la compra de “seguidores” se ha generalizado en las distintas estrategias diseñadas para el marketing *on line* que pueblan la red.

Se busca y se mide *visibilidad* en la dispersión selectiva. Aunque Bauman se refiere al conjunto de incitaciones que mantienen el sistema, tratada como hipótesis empírica objeto de estudio, para ser comprobada o refutada, requiere un estudio cuantitativo del consumo cultural y material a través de la mercadotecnia *on line*. La comprobación de la hipótesis ha de ser compatible con la visibilidad como factor común de las motivaciones de la intercomunicación del usuario en red.

Adoptando el marco teórico implícito en la noción de “vecindario indefinido”, la hipótesis básica para estudios empíricos concretos, necesaria para establecer la relación de congruencia entre teoría crítica y empiría, requiere que se es visto en competencia con quien pretende que lo vean en todos los ámbitos sociales y especialmente en el mercado de los apuntes cuantificadores de visibilidad. Es decir, desde el punto de vista teórico la condición para establecer una relación entre teoría crítica y empiría es circular: requiere describir la “visibilidad” por medios cuantitativos como suma de elecciones individuales. La “servidumbre voluntaria” se define como aceptación del sistema individualista de autorreproducción que cuantifica el consumo reproductor.

El propio proceso de fines y pretensiones instrumentales impulsado por la accesibilidad de cada individuo a las funciones comunicativas alienta la generalización del consumo de industria cultural mediante interconexiones individuales. La necesidad de que algo sea visto es condición de su reconocimiento para su “existencia” social. De nada sirve decir “quien no quiera ser visto que no se presente”. La cuestión es cómo existir socialmente en un ámbito de consumo reproductivo, por específico que sea, si no se es visto en ese ámbito por un usuario que participe como prosumidor.

El cierre hermenéutico de la teoría crítica concluye con Bauman en un “vecindario indefinido” universal que se identifica con el propio sistema de autorreproducción tecnológica. Del círculo cerrado queda excluida el imperativo que adjudica al progreso tecnológico la inherencia de un proceso de democratización política y social. No hay vínculo entre la negatividad de la Teoría Crítica y la consecución de una democratización colectiva. La ambivalencia tecnológica sitúa a la utopía fuera del alcance de la progresión científica, en otro lugar distinto cuyo encuentro requiere algún tipo de retroceso hacia la retrotopía

- Apoyos y agradecimientos

Proyecto coordinado CONVERED: CSO2016-74980-C2-1-R, “DE LA CULTURA DE MASAS A LAS REDES SOCIALES: CONVERGENCIA DE MEDIOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL” (AEI/FEDER, UE). Subproyecto coordinador CONAUD: “Convergencia de medios y cambio cultural: audiencias televisivas y uso de redes en el medio urbano”.

Bibliografía

TW Adorno y M Horkheimer (1969 [1944]): *Dialéctica del iluminismo* [Dialectic of Illuminism]. Buenos Aires: Sudamericana.

T W Adorno y M Horkheimer (1998, 3ª ed.): *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos* [Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments]. Madrid: Trotta.

M Arias Maldonado (2016): *La democracia sentimental: política y emociones en el siglo XXI* [Sentimental Democracy: Politics and Emotions in the 21st. Century]. Barcelona: Página Indómita.

J Baudrillard (2014, 2ª ed. [1970]): *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras* [The Consumer Society. Its myths and structures]. Madrid: Espasa-Siglo XXI.

Z Bauman (2001 [1997]): *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid: Akal.

Z Bauman (2003 [2000]): *Modernidad líquida* [Liquid Modernity]. México: FCE.

Z Bauman (2005 [1993]) *Ética postmoderna*. México: Siglo XXI.

- Z Bauman (2005 [2003]) *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. México: FCE.
- Z Bauman (2007). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Barcelona: Tusquets.
- Z Bauman (2009) *El arte de la vida* [The art of life]. Barcelona: Paidós.
- Z Bauman (2010 [2008]): *Mundo consumo. ¿Ética del individuo en la aldea global [Does Ethics Have a Chance in a World of Consumers?]*. Barcelona: Paidós.
- Z Bauman (2014) *¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos? [Does The Richness Of The Few Benefit Us All?]*. Barcelona: Espasa-Paidós.
- Z Bauman (2017). *Retrotopía* [Retrotopia]. Barcelona: Espasa-Paidós.
- Z Bauman y C Bordoni (2016): *Estado de crisis* [State of Crisis]. Barcelona: Planeta-Paidós.
- Z Bauman y D. Lyon. (2014): *Vigilancia líquida* [Liquid Surveillance]. Barcelona: Planeta-Espasa.
- T L Becker (1984): “Electronic communications may permit direct democracy on a larger scal” *Governance IC#7*. Reproducido en 1997, Context Institute, <http://bit.ly/2qmNGjp> último acceso 1 de junio 2018.
- M Castells (2009): *Comunicación y poder* [Communication Power]. Madrid: Alianza Editorial.
- J Derrida (1975): *La diseminación* [Dissemination]. Madrid: Fundamentos
- H. Enzensberger (1972): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* [Constituents of a Theory of the Media]. Barcelona: Anagrama.
- M Foucault (2003): *La arqueología del saber*. México: siglo XXI.
- J Habermas (1999[1987]): *Teoría de la acción comunicativa I y II* [Theory of Communicative Action I & II]. Madrid: Santillana.
- M Hindman (2009): *The Myth of the Digital Democracy*. Princeton Univ. Press.
- M Horkheimer (1973, 2ª e. [1967]): *Crítica de la razón instrumental* [Critique of instrumental reason]. Buenos Aires: Sur.
- H Jenkins (2008): *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* [Convergence Culture: Where Old and New Media Collide]. Barcelona: Paidós.
- S Johnson. (2013): *Futuro perfecto. Sobre el progreso en la era de las redes* [Future Perfect: The Case For Progress In A Networked Age]. Madrid: Turner.
- E Katz y P. Lazarsfeld (1979 [1955]): *Influencia personal* [Personal Influence]. Barcelona: Hispanoeuropea.
- H Lasswell (1985 [1948]):” Estructura y función de la comunicación” [The structure and function of communicatin [1987 in society]. En VV. AA., *Sociología de la comunicación de masas* (M. Moragas Ed. [Sociology of Mass Communication]), pp. 50 a 69. Barcelona: Gili.
- P Lazarsfeld y R Merton (1977 [1948]): “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada” [Mass communication, popular taste, and organized social action]. En VV. AA., *Sociología*

de la comunicación de masas [Sociology of Mass Communication] (M. Moragas, ed, pp. 137 a157).
Barcelona: G. Gili.

P Mason (2016): *Postcapitalismo. Hacia un nuevo futuro* [*PostCapitalism: A Guide to our Future*].
Barcelona: Paidós

M. McLuhan (1996 [1964]): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*
[Understanding Media. The extensions of man]. Barcelona: Paidós.

L Núñez Ladevéze (2012): “Sobre la ambivalencia del medio de comunicación” [On the ambivalence of
media]. En McCombs, M. y Martín Algarra, M. (Coords.) *Communication and social life*. Pamplona:
Eunsa.

L Núñez Ladevéze y J A Irisarri (2015): “Industria cultural y redes sociales: continuidades del cambio
en España” [Cultural Industry and Social Networks: continuities of change in Spain]. *Estudios sobre el
mensaje periodístico*, 21, 1, pp. 471 a 490.

L Núñez Ladevéze, M Núñez Canal y J A Irisarri (2018): “Pautas de integración cultural y política de la
sociedad de medios masivos en la sociedad red”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 184 a
207. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1252/11es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2018-1252](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1252)

L Núñez Ladevéze, T Torrecillas y T Vázquez (2018): “La influencia de las redes sociales en la
participación política en España”, en Aznar, H. Valencia: Tirant.

L Núñez Ladevéze, T Torrecillas y J A Irisarri (2019): “Audiencias y redes: pautas de consumo de
industria cultural en España”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 25, 1, pp. 421 a 441.

J Rifkin (2010): *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis*
[The Empathic Civilization: The Race to Global Consciousness in a World in Crisis]. Barcelona: Paidós.

J B Thompson (1998): *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* [The
Media and Modernity: A Social Theory of the Media]. Barcelona: Paidós.

Cómo citar este artículo en bibliografías / Referencia

L Núñez Ladevéze, Tamara Vázquez Barrio, I Álvarez de Mon Pan de Soraluce (2019): “Del “engaño de masas” de
la teoría crítica al “vecindario indefinido” de Bauman”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1114 a
1131.

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1374/57es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2019-1374](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1374)

- En el interior de un texto:

L Núñez Ladevéze, Tamara Vázquez Barrio, I Álvarez de Mon Pan de Soraluce (2019: 1114 a 1131) ...

o ...L Núñez Ladevéze *et al*, 2019 (1114 a 1131) ...

Artículo recibido el 26 de abril Aceptado el 28 de junio.

Publicado el 3 de julio de 2019