

## LA INDUSTRIA CULTURAL

### ILUMINISMO COMO MISTIFICACIÓN DE MASAS

La tesis sociológica de que la pérdida de sostén en la religión objetiva, la disolución de los últimos residuos precapitalistas, la diferenciación técnica y social y el extremado especialismo han dado lugar a un caos cultural, se ve cotidianamente desmentida por los hechos. La civilización actual concede a todo un aire de semejanza. Film, radio y semanarios constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí y todos entre ellos. Las manifestaciones estéticas, incluso de los opositores políticos, celebran del mismo modo el elogio del ritmo de acero. Los organismos decorativos de las administraciones y las muestras industriales son poco diversas en los países autoritarios y en los demás. Los tersos y colosales palacios que se alzan por todas partes representan la pura racionalidad privada de sentido de los grandes monopolios internacionales a los que tendía ya la libre iniciativa desencadenada, que tiene en cambio sus monumentos en los tétricos edificios de habitación o comerciales de las ciudades desoladas. Ya las casas más viejas cerca de los centros de cemento armado tienen aire de slums y los nuevos bungalows marginales a la ciudad cantan ya — como las frágiles construcciones de las ferias internacionales— las loas al progreso técnico, invitando a que se los liquide, tras un rápido uso, como cajas de conserva. Pero los proyectos urbanísticos que deberían perpetuar, en pequeñas habitaciones higiénicas, al individuo como ser independiente, lo someten aun más radicalmente a su antítesis, al poder total del capital. Como los habitantes afluyen a los centros a fin de trabajar y divertirse, en carácter de productores y consu-

midores, las células edilicias se cristalizan sin solución de continuidad en complejos bien organizados. La unidad visible de macrocosmo y microcosmo ilustra a los hombres sobre el esquema de su civilización: la falsa identidad de universal y particular. Cada civilización de masas en un sistema de economía concentrada es idéntica y su esqueleto —la armadura conceptual fabricada por el sistema— comienza a delinearse. Los dirigentes no están ya tan interesados en esconderla; su autoridad se refuerza en la medida en que es reconocida con mayor brutalidad. Film y radio no tienen ya más necesidad de hacerse pasar por arte. La verdad de que no son más que negocios les sirve de ideología, que debería legitimar los rechazos que practican deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.

Quienes tienen intereses en ella gustan explicar la industria cultural en términos tecnológicos. La participación en tal industria de millones de personas impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos standard. El contraste técnico entre pocos centros de producción y una recepción difusa exigiría, por la fuerza de las cosas, una organización y una planificación por parte de los detentores. Los clichés habrían surgido en un comienzo de la necesidad de los consumidores: sólo por ello habrían sido aceptados sin oposición. Y en realidad es en este círculo de manipulación y de necesidad donde la unidad del sistema se afianza cada vez más. Pero no se dice que el ambiente en el que la técnica conquista tanto poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad misma. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter forzado de la sociedad alienada de sí misma. Automóviles y films mantienen unido el conjunto hasta que sus elementos niveladores repercuten sobre la injusticia misma a la que servían. Por el momento la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social. Pero ello no es causa de una ley de desarrollo de la técnica en

cuanto tal, sino de su función en la economía actual. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual. El paso del teléfono a la radio ha separado claramente a las partes. El teléfono, liberal, dejaba aun al oyente la parte de sujeto. La radio, democrática, vuelve a todos por igual escuchas, para remitirlos autoritariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones. No se ha desarrollado ningún sistema de respuesta y las transmisiones privadas son mantenidas en la clandestinidad. Estas se limitan al mundo excéntrico de los “aficionados”, que por añadidura están aun organizados desde arriba. Pero todo resto de espontaneidad del público en el ámbito de la radio oficial es rodeado y absorbido, en una selección de tipo especialista, por cazadores de talento, competencias ante el micrófono y manifestaciones domesticadas de todo género. Los talentos pertenecen a la industria incluso antes de que ésta los presente: de otro modo no se adaptarían con tanta rapidez. La constitución del público, que teóricamente y de hecho favorece al sistema de la industria cultural, forma parte del sistema y no lo disculpa. Cuando una branche artística procede según la misma receta de otra, muy diversa en lo que respecta al contenido y a los medios expresivos; cuando el nudo dramático de la soap-opera en la radio se convierte en una ilustración pedagógica del mundo en el cual hay que resolver dificultades técnicas, dominadas como jam al igual que en los puntos culminantes de la vida del jazz, o cuando la “adaptación” experimental de una frase de Beethoven se hace según el mismo esquema con el que se lleva una novela de Tolstoy a un film, la apelación a los deseos espontáneos del público se convierte en un pretexto inconsistente. Más cercana a la realidad es la explicación que se basa en el peso propio, en la fuerza de inercia del aparato técnico y personal, que por lo demás debe ser considerado en cada uno de sus detalles como parte del mecanismo económico de selección. A ello debe agregarse el acuerdo o por lo menos la común determinación de los dirigentes ejecutivos de no producir o admitir nada que no se asemeje a sus propias mesas, a su concepto de consumidores y sobre todo a ellos mismos.

Si la tendencia social objetiva de la época se encarna en las intencio-

nes subjetivas de los dirigentes supremos, éstos pertenecen por su origen a los sectores más poderosos de la industria. Los monopolios culturales son, en relación con ellos, débiles y dependientes. Deben apresurarse a satisfacer a los verdaderamente poderosos, para que su esfera en la sociedad de masas -cuyo particular carácter de mercancía tiene ya demasiada relación con el liberalismo acogedor y con los intelectuales judíos- no corra peligro. La dependencia de la más poderosa sociedad de radiofonía respecto a la industria eléctrica o la del cine respecto a la de las construcciones navales, delimita la entera esfera, cuyos sectores aislados están económicamente cointerésados y son interdependientes. Todo está tan estrechamente próximo que la concentración del espíritu alcanza un volumen que le permite traspasar los confines de las diversas empresas y de los diversos sectores técnicos. La unidad desprejuiciada de la industria cultural confirma la unidad - en formación- de la política. Las distinciones enfáticas, como aquellas entre films de tipo a y b o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente. El hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su nivel determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo. Reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos en el mapa geográfico de las oficinas administrativas (que no se distinguen prácticamente más de las de propaganda) en grupos según los ingresos, en campos rosados, verdes y azules.

El esquematismo del procedimiento se manifiesta en que al fin los productos mecánicamente diferenciados se revelan como iguales. El que las diferencias entre la serie Chrysler y la serie General Motors son sustancialmente ilusorias es cosa que saben incluso los niños que se enloquecen por ellas. Los precios y las desventajas discutidos por los concededores sirven sólo para mantener una apariencia de compe-

tencia y de posibilidad de elección. Las cosas no son distintas en lo que concierne a las producciones de la Warner Brothers y de la Metro Goldwin Mayer. Pero incluso entre los tipos más caros y menos caros de la colección de modelos de una misma firma, las diferencias se reproducen más: en los automóviles no pasan de variantes en el número de cilindros, en el volumen, en la novedad de los gadgets; en los films se limitan a diferencias en el número de divos, en el despliegue de medios técnicos, mano de obra, trajes y decorados, en el empleo de nuevas fórmulas psicológicas. La medida unitaria del valor consiste en la dosis de conspicuous production, de inversión exhibida. Las diferencias de valor preestablecidas por la industria cultural no tienen nada que ver con diferencias objetivas, con el significado de los productos. También los medios técnicos tienden a una creciente uniformidad recíproca. La televisión tiende a una síntesis de radio y cine, que está siendo retardada hasta que las partes interesadas se hayan puesto completamente de acuerdo, pero cuyas posibilidades ilimitadas pueden ser promovidas hasta tal punto por el empobrecimiento de los materiales estéticos que la identidad apenas velada de todos los productos de la industria cultural podrá mañana triunfar abiertamente, como sarcástica realización del sueño wagneriano de la “obra de arte total”. El acuerdo de palabra, música e imagen se logra con mucha mayor perfección que en Tristán, en la medida en que los elementos sensibles, que se limitan a registrar la superficie de la realidad social, son ya producidos según el mismo proceso técnico de trabajo y expresan su unidad como su verdadero contenido. Este proceso de trabajo integra a todos los elementos de la producción, desde la trama de la novela preparada ya en vistas al film, hasta el último efecto sonoro. Es el triunfo del capital invertido. Imprimir con letras de fuego su omnipotencia -la de sus manos- en el corazón de todos los desposeídos en busca de empleo es el significado de todos los films, independientemente de la acción dramática que la dirección de producciones escoge de vez en cuando.

Durante el tiempo libre el trabajador debe orientarse sobre la unidad de la producción. La tarea que el esquematismo kantiano había asig-

nado aun a los sujetos —la de referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales— le es quitada al sujeto por la industria. La industria realiza el esquematismo como el primer servicio para el cliente. Según Kant, actuaba en el alma un mecanismo secreto que preparaba los datos inmediatos para que se adaptasen al sistema de la pura razón. Hoy, el enigma ha sido develado. Incluso si la planificación del mecanismo por parte de aquellos que preparan los datos, la industria cultural, es impuesta a ésta por el peso de una sociedad irracional -no obstante toda racionalización-, esta tendencia fatal se transforma, al pasar a través de las agencias de la industria, en la intencionalidad astuta que caracteriza a esta última. Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción. El prosaico arte para el pueblo realiza ese idealismo fantástico que iba demasiado lejos para el crítico. Todo viene de la conciencia: de la de Dios en Malebranche y en Berkeley; en el arte de masas, de la dirección terrena de la producción. No sólo los tipos de bailables, divos, soap-operas retornan cíclicamente como entidades invariables, sino que el contenido particular del espectáculo, lo que aparentemente cambia, es a su vez deducido de aquéllos. Los detalles se tornan fungibles. La breve sucesión de intervalos que ha resultado eficaz en un tema, el fracaso temporario del héroe, que éste acepta deportivamente, los saludables golpes que la hermosa recibe de las robustas manos del galán, los modales rudos de éste con la heredera pervertida, son, como todos los detalles, clichés, para emplear a gusto aquí y allá, enteramente definidos cada vez por el papel que desempeñan en el esquema. Confirmar el esquema, mientras lo componen, constituye toda la realidad de los detalles. En un film se puede siempre saber en seguida cómo terminará, quién será recompensado, castigado u olvidado; para no hablar de la música ligera, en la que el oído preparado puede adivinar la continuación desde los primeros compases y sentirse feliz cuando llega. El número medio de palabras de la short story es intocable. Incluso los gags, los efectos, son calculados y planificados. Son administrados por expertos especiales y su escasa variedad hace que se los pueda distribuir administrativamente. La industria cultural se ha desarrollado con el primado del efecto, del

exploit tangible, del detalle sobre la obra, que una vez era conductora de la idea y que ha sido liquidada junto con ésta. El detalle, al emanciparse, se había tornado rebelde y se había erigido -desde el romanticismo hasta el expresionismo- en expresión desencadenada, en exponente de la revolución contra la organización. El efecto armónico aislado había cancelado en la música la conciencia de la totalidad formal; en pintura el color particular se había sobrepuesto a la composición del cuadro; la penetración psicológica dominaba sobre la arquitectura de la novela. A ello pone fin con su totalidad la industria cultural. Al no reconocer más que a los detalles, acaba con la insubordinación de éstos y los somete a la fórmula que ha tomado el lugar de la obra. La industria cultural trata de la misma forma al todo y a las partes. El todo se opone, en forma despiadada o incoherente, a los detalles, un poco como la carrera de un hombre de éxito, a quien todo debe servirle de ilustración y prueba, mientras que la misma carrera no es más que la suma de esos acontecimientos idiotas. La llamada idea general es un mapa catastral y crea un orden, pero ninguna conexión. Privados de oposición y de conexión, el todo y los detalles poseen los mismos rasgos. Su armonía garantizada desde el comienzo es la caricatura de aquella otra -conquistada- de la obra maestra burguesa. En Alemania, en los films más despreocupados del período democrático, reinaba ya la paz sepulcral de la dictadura.

El mundo entero es pasado por el cedazo de la industria cultural. La vieja esperanza del espectador cinematográfico, para quien la calle parece la continuación del espectáculo que acaba de dejar, debido a que éste quiere precisamente reproducir con exactitud el mundo perceptivo de todos los días, se ha convertido en el criterio de la producción. Cuanto más completa e integral sea la duplicación de los objetos empíricos por parte de las técnicas cinematográficas, tanto más fácil resulta hacer creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se presenta en el film. A partir de la brusca introducción del elemento sonoro el proceso de reproducción mecánica ha pasado enteramente al servicio de este propósito. El ideal consiste en que la vida no pueda distinguirse más de los films. El film superando en gran medida al teatro ilusionista, no deja a la fantasía ni al pensar de los espec-

tadores dimensión alguna en la que puedan moverse por su propia cuenta sin perder el hilo, con lo que adiestra a sus propias víctimas para identificarlo inmediatamente con la realidad. La atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del consumidor cultural contemporáneo no tiene necesidad de ser manejada según mecanismos psicológicos. Los productos mismos, a partir del más típico, el film sonoro, paralizan tales facultades mediante su misma constitución objetiva. Tales productos están hechos de forma tal que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, dotes de observación, competencia específica, pero prohíbe también la actividad mental del espectador, si éste no quiere perder los hechos que le pasan rápidamente delante. Es una tensión tan automática que casi no tiene necesidad de ser actualizada para excluir la imaginación. Quien está de tal forma absorto en el universo del film, en los gestos, imágenes y palabras, que carece de la capacidad de agregar a éstos aquello por lo que podrían ser tales, no por ello se encontrará en el momento de la exhibición sumido por completo en los efectos particulares del espectáculo que contempla. A través de todos los otros films y productos culturales que necesariamente debe conocer, han llegado a serle tan familiares las pruebas de atención requeridas que se le producen automáticamente. La violencia de la sociedad industrial obra sobre los hombres de una vez por todas. Los productos de la industria cultural pueden ser consumidos rápidamente incluso en estado de distracción. Pero cada uno de ellos es un modelo del gigantesco mecanismo económico que mantiene a todos bajo presión desde el comienzo, en el trabajo y en el descanso que se le asemeja. De cada film sonoro, de cada transmisión radial, se puede deducir aquello que no se podría atribuir como efecto a ninguno de ellos aisladamente, pero sí al conjunto de todos en la sociedad. Inevitablemente, cada manifestación aislada de la industria cultural reproduce a los hombres tal como aquello en que ya los ha convertido la entera industria cultural. Y todos los agentes de la industria cultural, desde el productor hasta las asociaciones femeninas, velan para que el proceso de la reproducción simple del espíritu no conduzca en modo alguno a una reproducción enriquecida.

Las quejas de los historiadores del arte y de los abogados de la cultura