

Resumen

El presente trabajo es una aproximación a ciertos análisis según los cuales, los productos de la industria cultura habrían sido capaces de asimilar a la teoría crítica de cuño frankfurtiano. En el artículo se plantea un análisis crítico de las posturas celebratorias del fenómeno, que no parecen capaces de advertir que son tributarias de una concepción mecanicista de la ideología.

Palabras clave: teoría crítica – industria cultural – cultura juvenil – arte – ideología estética.

1. Introducción

Cualquier objeto o experiencia estética contemporánea, aun la más sólida, confrontada con las elaboraciones estéticas provenientes de la teoría crítica tiende, como en la célebre sentencia marxiana, a disolverse en el aire. Frente a la hipóstasis estética del simulacro y la disolución de los límites entre la alta cultura y la cultura de masas (1), el arsenal frankfurtiano parece descalibrarse y entrar en un dilema que lo acorrala entre la destrucción total de la producción estética de una época y el permanente yerro de cada uno de sus tiros por lo escurridizo del blanco. En tanto, como señala Jameson, es imposible encontrar una expresión artística actual que no abrevie en mayor o menor medida en los productos de la industria cultural, la teoría crítica no encuentra flancos firmes sobre los que afirmarse. Ante la utilización extendida de materiales como las novelas de detectives, los cómics y los films clase B por parte de obras con una pretensión estética de avanzada, obras que han incorporado al imaginario de la industria cultural como sustancia y ya no como cita, el definitivo anatema adorniano carece del *sparring* capaz de sostenerse en pie hasta el final de la contienda.

La condena sin posibilidad de apelación posible que Adorno dirige contra los productos de la industria cultural obliga a que el uso actual de su teoría estética, en un panorama en el que aquellos objetos deplorados han obtenido un sitio como obras de arte representativas de la modernidad, tenga un aire de obligada tergiversación. Al negarse a distinguir en el interior de los productos de la industria cultural entre aquellos más valiosos y los más degradados, puesto que toda diferenciación en este sentido implicaba someterse a la propia lógica de la industria cultural, no hay recusación posible para el *diktat* reprobatorio adorniano. En tanto los mecanismos constitutivos de los productos de la industria cultural permanecen esencialmente idénticos, todas las diferencias que se puedan establecer al interior del sistema, son sólo diferencias de magnitud y no de grado: “[la diferencia] en los films, se limitan a diferencias en el número de divos, en el despliegue de medios técnicos, mano de obra, trajes y decorado” (2). Es en relación con esta cuestión que se produce el asiduamente transitado debate con Benjamin. Para Benjamin, el espectador cinematográfico poseía el carácter de un experto que era capaz de conjugar en un mismo acto “la actitud crítica y la fruitiva” (3). La condición técnica del cine, al poner en primer plano la “pasión por mirar y vivir”, hacía del espectador un “medio especialista” capaz de discurrir enfáticamente sobre las virtudes de un film. Esta característica técnica retomaba las consecuencias de la prensa de masas que había permitido trastocar la férrea división entre autor y público: algo verificable en la participación de actores no profesionales en el cine ruso. Si las características de otras expresiones artísticas hacían que las masas pudieran ser reticentes a percibir las virtudes expresivas, por ejemplo, del cubismo, adoptando una actitud reaccionaria ante él, las obras hijas de la reproductibilidad técnica permitían una evaluación positiva de su carácter progresista por parte del público.

Para Adorno, la experticia del público sólo era capaz de dirimir diferendos banales en torno a la distinción de una u otra obra. Esos saberes de “conocedores sólo sirven para mantener una apariencia de competencia y de posibilidad de elección” (4). Así como los mecánicos confrontan las bondades de las minucias técnicas de un modelo o una marca, pero son incapaces de poner en cuestión el modo de producción a partir del cual son realizados los automóviles y mucho menos pueden acceder a la crítica de la lógica social, profundamente vinculada con ese modo de producción, objetivada en la necesidad imperiosa de poseer un auto; del mismo modo, la pericia del espectador benjaminiano, formada por la propia industria cultural, se limita a dar su veredicto sobre diferencias ilusorias, sin expedirse acerca de la cuestión de fondo. El público puede tener una actitud

receptiva hacia Chaplin porque sus films tienden a suturarse en una reconciliación que es del agrado del gusto formado por la industria cultural (5). Esto hace que desde la perspectiva adorniana, trazar un paralelismo entre las figuras de Carlitos y Picasso, como hace Benjamin, constituya una equiparación aberrante. Puesto que el mensaje de las películas de Chaplin se resuelve finalmente en un conformismo ante lo establecido, el gusto de las masas por estos films no es contradictorio; es consecuente con el desprecio por la obra de vanguardia. Esta receptividad, no sería más que el índice ineluctable de la incapacidad del público de cuestionar la totalidad falsificada de la industria cultural. Mientras que para Benjamin el deseo de participación de las masas en las obras actuales –deseo que se vislumbraba en el hecho de que “cualquier hombre aspira hoy a participar de un rodaje” (6)– ponía en la picota el carácter tradicionalmente elitista del arte heredado; para Adorno, ese deseo podía ser fácilmente asimilado por las formas de la dominación actual mientras continuara sometido al fundamento heterónomo del guión a interpretar.

Es conocido lo abominable que le resultaban a Adorno el cine y el jazz. En el reino del cliché instaurado por la industria cultural, ambas disciplinas se destacaban por lo repetitivo y previsible de sus recursos estéticos. Si aún los nombres que aparecían como “respetables” ante los ojos de críticos menos severos, eran revocados por la dialéctica negativa bajo la acusación de ser una expresión tolerada por el sistema, de la que éste se servía como coartada para lograr la salvaguarda de su totalidad, no es difícil imaginar el horror que hubiera podido producirle a Adorno la música rock. Si el fundamento de las síncopas del jazz estaba constituido por un proceso permanentemente reiniciado de identificación de los individuos con el poder que los dominaba (7), en la simpleza instrumental aun mayor del rock se adivinaba probablemente el renacimiento de tendencias hacia el control social inscriptas en la cultura popular (8). Que algunas expresiones culturales que recibieron el taxativo rechazo adorniano, con posterioridad hayan alcanzado la dignidad de objeto de estudio estético, parece absolver a todo aquello que despertó la iracundia del filósofo alemán. Esta postura puede ser sintetizada de esta manera: al ser exagerada la prevención de Adorno con respecto al cine y el jazz, contra los cuales difícilmente pueda hallarse hoy testimonios que nieguen su potencial artístico (9), todo cuanto había sido sometido a los golpes de maza de la teoría crítica aplicada a la estética merece ser tenido en cuenta con mayor consideración.

2. El debate en torno a la industria cultural

En 1947, Adorno y Horkheimer acuñaron el concepto industria cultural en un intento por dar cuenta del estado de la superestructura correspondiente al desarrollo de las fuerzas productivas hacia mediados del siglo XX. En una suerte de realización irónica de la obra de arte total, la industria cultural era un proceso de trabajo capaz de integrar aquellos elementos del arte, la cultura y la diversión, que anteriormente se presentaban como inconciliables. Su efecto era poner aquello que, en manos de la vanguardia, servía para develar la verdad de las contradicciones que atravesaban al arte y la sociedad, al servicio de una falsedad ideológica, cuyo objetivo era la perpetuación de la dependencia y la servidumbre humana. Si el arte había podido resguardar de la mercantilización algunos de sus aspectos, el imperio de las potencias de la industria cultural constituía un salto cualitativo, que había terminado por abolir esa posibilidad en beneficio de un producto que era íntegramente mercancía. Caracterizada por el esquematismo, el cliché, la repetición que proveía al público de una previsibilidad tranquilizadora, la industria cultural expandía su lógica mercantil de serialización estandarizada y equivalencia generalizada tanto hacia los productos que la precedían como hacia los individuos que formaban parte del público. Así, el novelista ideaba su obra pensando ya en la adaptación fílmica y el espectador amoldaba sus expectativas a las promesas siempre incumplidas de la industria cultural. De esta manera se configuraba un escenario en el que “las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza” (10). El poder de integración de la industria cultural le posibilita asimilar hasta los más poderosos discursos que se formulan en su contra. Tanto es así, que ha llegado a admitir de buena gana el reproche frecuente que denunciaba en sus productos la primacía del afán mercantil por sobre el riesgo estético y hoy no tiene necesidad de contrabandear sus productos bajo el rótulo de arte, convirtiendo, de esta manera, la verdad de la denuncia en discurso ideológico de afirmación de lo existente.

Apocalípticos e integrados fue en cierto modo el fruto de la crítica a la miopía de la teoría estética adorniana ante giro prestigioso dado por los productos de la industria cultural. La crítica de Eco al concepto de industria cultural se centraba en la concepción de “masa” que subyacía a esta formulación. Implícitamente, la teoría crítica contraponía a la soledad y lucidez del intelectual con la situación degradada del “hombre-masa”. Al carecer éste de toda capacidad de reacción sobre sus condiciones de vida, estaba condenado al consumo pasivo de unos productos culturales ideados por otros. Para Eco, la actitud de la Escuela de Frankfurt frente al fenómeno de los medios de comunicación masiva, los emparentaba de modo directo con la distinción entre Espíritu y masa de los jóvenes hegelianos. Por este motivo les cabía la misma crítica que Marx realizó a Bauer y compañía: las masas al adquirir conciencia de clase se convertirían en la auténtica alternativa al Espíritu

proclamado por los jóvenes hegelianos. Al eludir la responsabilidad de aportar una solución al problema enunciado, al limitarse a testimoniar su desacuerdo, al perder de vista la posibilidad de una actividad autónoma de las masas, los apocalípticos recaían necesariamente una visión filosófica mesiánica (11). La negativa a realizar investigación empírica por parte de los adherentes a la teoría crítica, su rechazo en bloque de los productos de la industria cultural, tenía como resultado la fetichización del concepto hombre-masa. La acusación de Eco apuntaba a la ceguera, una ceguera vinculada con la ausencia de una praxis que acompañara la crítica, que impedía pensar el momento en que, como sostenía Marx, “si el hombre es formado por las circunstancias, las circunstancias deben volverse humanas” (12).

Hacia la época de publicación de *Apocalípticos e integrados*, Adorno (13) contestó las objeciones planteadas por Eco. Los “abogados de la industria cultural”, sostenía Adorno, ponían entre paréntesis la posibilidad de que ésta acarrearía un perjuicio para la audiencia, y destacaban los efectos benéficos de su expansión: la difusión de información, consejos y el fortalecimiento del orden social al dotar a los espectadores de las pautas para orientarse en un mundo caótico. En contraposición a lo afirmado por Eco, para quien un estudio pormenorizado de los productos de la industria cultural serviría para poner de relieve ciertos méritos de algunas de estas obras, desde la perspectiva adorniana, la investigación empírica adolecía de, al menos, dos defectos. En primer lugar, se había vuelto redundante, puesto que se limitaba a confirmar con creces las sospechas de la teoría crítica acerca de la paupérrima calidad de la información aportada por los medios de masas, así como también contribuía a verificar el hecho de que el orden que se propalaba no era un orden abstracto, sino un ordenamiento social que tenía beneficiarios concretos que no eran su público. En segundo término, el método de estudiar caso por caso no permitía percibir el efecto acumulado por la exposición a los productos masivos. El triunfo de la industria cultural admitía Adorno, distaba de ser completo gracias a la desconfianza inconsciente de la masa hacia el mundo de representaciones proveniente de los medios. Esto no implicaba que los efectos de la industria cultural fueran inocuos. Por el contrario, su iniquidad se veía plasmada en el discurso cínico de los encargados de administrar sus productos, quienes declaraban sin tapujos que sus obras estaban creadas para poder ser comprendidas por un chico de once años.

Para Eco, la industria cultural era un dato insoslayable de la época actual. La negativa a involucrarse de alguna manera en su formato de producción tenía por consecuencia abdicar de toda posibilidad de una comunicación con los otros. Las admoniciones catastrofistas que repudiaban a la cultura de masas demostraban ser no mucho más que el canto de cisne de un elitismo estético que abjuraba de las tendencias igualitarias y democratizantes que acunaron la creación de los medios, desde la imprenta hasta la televisión. En realidad, desde la perspectiva de la teoría crítica, la industria cultural era un obstáculo de enorme relevancia para el proceso de emancipación humana. La “igualdad” que venía a instaurar no era la de una comunidad de individuos “autónomos, independientes, capaces de juzgar y decidir concientemente” (14) sino la de la esclavitud generalizada.

En la concepción adorniana de la industria cultural todo elemento disruptivo, y en apariencia antagónico, que es producido en su interior es susceptible de sufrir un proceso de asimilación capaz de integrar a la obra como un factor dinámico del sistema. Toda transgresión es absorbida y termina por confirmar la regla, toda rebelión que atraviesa el tamiz censor de la industria cultural lleva inscrita en su interior “la marca de fábrica de quien tiene una nueva idea para aportar a la industria” (15). Ante la constatación de que el desarrollo de la cultura de masas en el siglo XX no podía ser plenamente comprendido desde las categorías de la teoría crítica, otras perspectivas han intentado evitar esta condena en bloque de la industria cultural. Para ello, han elaborado un análisis sutil de su funcionamiento sin caer en las veleidades celebratorias al estilo de las que pueden vislumbrarse en los trabajos de Eco, cuya condescendencia hacia los productos de la industria cultural corre el riesgo de hacer bascular la balanza hacia la rehabilitación en bloque de todo cuanto es transmitido por ella (16).

Fredric Jameson afirma que el posmodernismo, entendido como la lógica cultural de un capitalismo tardío en el que la producción estética se ha integrado a la producción general de bienes, ha venido a realizar de manera negativa todo cuanto Adorno profetizó. Adorno destacó en innumerables oportunidades el carácter paródico de la industria cultural que venía a llevar a cabo de modo irónico todas las aspiraciones de una cultura emancipatoria. Realización sarcástica de la abundancia gratuita de un país de jauja, la industria cultural da, con la creación del *pastiche*, un salto cualitativo por el cual vacía a la sátira de contenido al no remitirse a una normalidad que sirve de referente a la deformación. Derruida la ideología del modernismo, con su frontera entre la alta cultura y la cultura de masas, el posmodernismo se presenta como una dominante cultural, como un campo de fuerza que no homogeneiza todo cuanto se produce en su interior, sino que admite la coexistencia de rasgos diversos. Aquello que domina ahora la cultura es la ideología posmoderna que fomenta “una heterogeneidad estilística y discursiva carente de norma” (17). La ausencia de norma es el derivado de la fragmentación de los símbolos sociales. El reflejo superestructural de las condiciones de producción es un espejo quebrado en mil pedazos, en el cual el imperio del cinismo se abochorna de la nostalgia de la unidad perdida. Las obras de esta época están signadas por el género conocido

como *pastiche*. En el reino del *pastiche*, la lógica del simulacro proscribía toda referencialidad externa y funda un tipo de relación nueva, e imposible, con el pasado a no ser su “canibalización” por el presente. Frente a la celebración del fragmento descontextualizado propio del posmodernismo, Jameson apuesta por una crítica estético-política que plantea como salida “una visión histórica y dialéctica que intente capturar el presente como Historia” (18).

Desde una postura próxima a la de Jameson, pero que reivindica con mayor énfasis la herencia de la teoría crítica, Eduardo Grüner ha señalado que desde sus comienzos la industria cultural poseyó en su interior corrientes estéticas “contrahegemónicas” que tuvieron por objetivo, de modo consciente o inconsciente, la denuncia del carácter ideológico de las obras fetichizadas por el sistema de producción estético actual (19). En su relectura del debate entre Adorno y Benjamin, Grüner advierte los peligros simétricos implícitos tanto en la lectura posmoderna que, desde una visión estrecha de los postulados benjaminianos, ensalza los atributos de la cultura de masas, como en la perspectiva adorniana que, incapaz de realizar un análisis dialéctico del “inconsciente” de la industria cultural, fomenta un elitismo conservador. Si bien el autor hace explícita su preferencia, en caso de verse obligado a elegir, por el extremo adorniano del dilema, no por ello deja de señalar ciertas extralimitaciones de Adorno en su crítica a la industria cultural. Incapaz de distinguir los aspectos auténticamente diferenciales entre la cultura de masas y lo popular, Adorno le negaba al jazz el carácter innovador dentro de la música y descartaba su acercamiento a la cultura proveniente de la vanguardia. Aquello que, para Adorno, podría haber estado encuadrado dentro de las maniobras para “asimilar el arte ‘serio’ a los requisitos del sistema” (20), para Grüner constituye el elemento más destacable del jazz: “su conflagración entre pasado y futuro y el haber podido experimentar lo más moderno de la técnica musical (...) sin perder aquella ‘base popular’” (21). Ser la expresión estética del sufrimiento, la explotación y la soledad de las masas negras norteamericanas, y poder al mismo tiempo dialogar con formas artísticas vanguardistas, no es un mérito que pueda ser soslayado tan fácilmente como lo hace Adorno. El uso que la industria cultural pueda haber hecho de estas obras, para Grüner, no va en detrimento del valor estético del jazz, del mismo modo, podríamos agregar, que el hecho de que hoy se pueda hallar en el mercado automotriz un vehículo denominado Picasso, no hace mella en absoluto sobre los valores estéticos-políticos de su *Guernica*.

3. La negatividad como modo de existencia estético

Algo similar a lo que sucede con el jazz puede afirmarse, salvando las lógicas distancias, respecto del rock. Grüner señala en cierto modo esto al sostener que el punto de mayor divergencia entre el rock más orientado a la experimentación y el jazz estaba dado por la relación más estrecha del primero con la industria discográfica. El interrogante que puede plantearse a partir de las formulaciones de Grüner consiste en saber si es posible que el rock haya poseído una corriente contrahegemónica, un impulso de tintes vanguardistas que haya intentado, mediante su obra, subvertir desde adentro los parámetros mercantilizantes de la industria cultural.

Para Greil Marcus la respuesta a este interrogante es el movimiento punk con epicentro en 1977. Según Marcus, el punk representaba el estallido de las premisas de la Escuela de Frankfurt, la encarnación de la dialéctica negativa adorniana “en el corazón del culto pop a la cultura de masas” (22). Su libro, *Rastros de carmín*, traza una genealogía herética (cuyos mojones destacados son el dadaísmo, el letrismo y el situacionismo) que, como un nadador que toma aliento, se sumerge y vuelve a superficie cuando experimenta el límite de sus fuerzas, viveora subterráneamente a lo largo del siglo XX para desembocar estruendosamente en el punk. Del dadaísmo, el punk había retomado la exposición mediante el absurdo de una realidad, también absurda, en donde la razón era puesta al servicio de un impulso tanático, como la Primera Guerra Mundial y la Guerra Fría habían dejado en evidencia. Mientras que el dadaísmo había tenido que lidiar con la primera guerra en que la técnica moderna expuso todo potencial destructivo, el punk tenía que vérselas con la amenaza de una conflagración potencial que tuviera por protagonista una lluvia de misiles nucleares. Pero no era sólo el contexto histórico lo que permitía parangonar las experiencias estéticas de comienzos y fin de siglo. La provocación vanguardista, el coqueteo con lo anárquico, más que con el anarquismo como ideología orgánica, los detritos de la sociedad de consumo ocupando el lugar del arte legítimo, la vocación de una negatividad sin pausas que abarcara cada instante de la vida: son las señales de coincidencia entre los mapas genéticos del punk y del dadá.

El vínculo con el situacionismo era más próximo y verificable. Malcolm McLaren y Jamie Reid (el manager de Sex Pistols y el encargado de su diseño gráfico, respectivamente) habían tenido contacto estrecho con Christopher Gray, un integrante de la sección inglesa Internacional Situacionista excluido de la organización hacia 1968. Gray, por su parte, había sido el encargado de compilar *Leaving the 20th Century*, una colección de textos situacionistas que puso en contacto los ideales de la IS con el público británico. De la IS el punk parece haber heredado un conocimiento acerca del funcionamiento de la mercancía en la sociedad del espectáculo. Un saber que algunos utilizarían en beneficio propio para ganar la primera plana de los diarios y

noticieros, y otros para intentar crear la alquimia estética capaz de formular una obra que pudiera eludir las potencias asimiladoras incubadas en la industria cultural.

La ligazón del punk con la dialéctica negativa puede resultar acaso la más disparatada de todas las propuestas. El propio Marcus lo admite cuando señala que el escaso júbilo expresado por Adorno en su obra lo hubiera llevado seguramente a considerar a los Sex Pistols como la reedición de la Noche de los Cristales Rotos. Sin embargo, en la filigrana de los aforismos pesimistas de *Minima moralia*, cree entrever el argumento de una lírica que el punk transformaría en masiva. La apertura de grietas, en donde lo imposible deja de serlo plenamente, se obtenía por medio de un intento de inversión total de todos los valores. La negatividad, levantada como un oscuro estandarte que llevaba grabada en letras de fuego el eslogan “no future”, era un trastorno de los valores mediante el cual todo lo feo se convertía bello, lo malo en bueno, y así *ad nauseam*. La rebelión contra la vida dañada necesitaba dosis importantes de daño contra la vida propia y ajena.

Marcus recuerda que antes de que fueran parte del paisaje folklórico de toda gran urbe finisecular, los punk llamaban la atención por su fealdad. Una fealdad que muchas veces era cultivada al detalle mediante una estética pobre hecha de alfileres de gancho, ropas de segunda mano con consignas escritas en aerosol y cabellos erizados, pero que tantas otras, no era más que la provisión “natural” de escasa belleza con la que habían llegado al mundo. Gordos, anoréxicos, rostros cubiertos de pústulas revulsivas y cuerpos plagados de cicatrices, “su nueva decoración subrayaba el fracaso ya grabado en sus caras” (23). La música, demasiado cruda para los estándares de entonces, y la representación gráfica que la acompañaba, eran una extensión de esta fealdad corporal y no a la inversa. Si la belleza y la armonía se presentaban como el canon indiscutible de la industria cultural, la rebelión de la negatividad contra los valores establecidos, necesariamente debía hacer de lo feo un objeto de culto. La oscuridad que destilaba la estética punk parecía venir a realizar, a su modo y casi al pie de la letra, la sentencia de Adorno según la cual: “Para poder subsistir en medio de una realidad extremadamente tenebrosa, las obras de arte que no quieran venderse a sí mismas como fáciles consuelos, tienen que igualarse a esa realidad” (24).

El recurso a lo feo en una expresión estética no era en absoluto una novedad. El arte en su fase arcaica, destacaba Adorno, tenía por objeto representar a los miedos de los hombres a la sexualidad poliforme y el desorden violento como vicarios terrenales de la mortalidad. En el arte moderno este elemento había ganado hasta el punto en que “la ley de la forma capitula impotente ante lo feo” (25). La opción por lo feo realizada por el punk, se proponía como el fundamento estético del antagonismo. Este antagonismo con lo existente, acontecía por obra de una representación pública de la fealdad que invertía el habitual signo negativo con el que había sido estigmatizada por la industria cultural. Se creía que la producción de un arte que no pudiera ser distinguido con demasiada facilidad de la basura, era el modo más eficaz de evitar toda fetichización de la obra, y por ende, el mejor homenaje que se podía hacer hacia el carácter autónomo del arte. Pero, quienes confiaron en esta estrategia de imitación del gesto vanguardista, que Benjamin había descrito como “degradación sistemática de los materiales” (26), ignoraban que el sistema mercantil está altamente capacitado para vender basura, aun aquella que no tienen ninguna intención de camuflar su carácter residual.

En la argumentación de Marcus, el movimiento punk logró hacer comparecer en el banquillo de los acusados a los más acendrados valores provistos por el capitalismo al sentido común occidental. Que los principales grupos hubieran firmado casi de inmediato con compañías multinacionales no parece demasiado importante para la perspectiva del autor de *Rastros de carmín*. Lo relevante fueron las cientos de bandas que instauraron una nueva economía del pop basada menos en el beneficio que en la subsistencia. A la sombra de la escandalosa existencia parasitaria de la industria cultural que se afianzaba en las bandas punks principales, floreció una plétora de sellos discográficos independientes y fanzines que se proponían sabotear la existencia de la espectacularidad mercantil de la obra eludiendo intermediarios mediante la venta a bajo precio de discos, libros y revistas por correo y la organización autogestionada de recitales. Nació el DIY (*Do It Yourself*) y por primera vez, en una escala amplia, el rock poseía algo semejante a una dimensión ética (27).

Desde los comienzos del rock, la acusación de “vendido” acompañó necesariamente al crecimiento de la popularidad de un artista. La recriminación provenía generalmente de un sector de seguidores originarios que acusaban al músico de abandonar un núcleo estético, tanto musical como visual, en beneficio de un amoldamiento a los, casi siempre melosos, dictámenes de la industria. *Sold Out* (1967) se titulaba el tercer disco de The Who. El LP jugaba con la doble acepción de la frase: “agotado” como sinónimo de éxito comercial, y “vendido” como transacción con los imperativos de la industria. *Sold out* buscaba ser una burla a los discursos en los que la segunda acepción funcionaba como causa explicativa de la primera. Desde la tapa, que parodiaba al género publicitario a través una imagen grotesca de los integrantes de la banda utilizando productos de consumo masivo reproducidos en tamaño gigante, el disco delataba una posición cínica respecto de cualquier exigencia que contuviera algún tinte moral. En lo que puede denominarse un caso paradigmático de recuperación por el sistema mercantil del arsenal de recursos artísticos vanguardistas, el uso tergiversado de la publicidad para obtener un efecto *kitsch* dentro de una estética

pop, era puesto al servicio de la legitimación de las escasas aspiraciones estéticas de los productos de la industria cultural. Tradicionalmente, el paso subsiguiente en la asimilación es la apropiación por parte de la publicidad del recurso que pretendía parodiarla.

El contenido del disco, sin embargo, poco tenía que ver con lo que anticipaba la cubierta. Arreglos orquestales sutiles, juegos de voces que remitían a la mejor tradición pop, guitarras que rezumaban arpegios gentiles, *Sold out* aspiraba a lo sublime pero, conociendo que la desmesura de esta aspiración haría recaer sobre la obra la calificación de *kitsch*, se esforzaba por disimular su pretensión. Al adelantar la condena de su público al nuevo giro estilístico dado por la banda, The Who reivindicaba, contra las fórmulas repetitivas demandadas por la masa, la autonomía del artista sobre cuya obra el espectador no tiene derecho a emitir juicio alguno. Así como, en ocasiones, el esclavo buscaba escapar del régimen opresivo al cual se encontraba sometido, sólo para ir a vender “libremente” su fuerza de trabajo en el mercado, el artista levantaba el estandarte de su autonomía frente al público, puesto que las convenciones de éste no sólo eran una coerción para su creatividad; también constituían un impedimento a la hora de la avenencia con las fuerzas del mercado. Si el *Sergeant Pepper* (que desde la tapa misma citaba a la “alta cultura” intentando proveer al pop de una porción del condimento aurático en descomposición de las obras perteneciente a esa cultura) puede ser considerado como la cumbre modernista del rock, *Sold out*, editado en el mismo año que LP de The Beatles, era la respuesta posmoderna inmediata. El disco de The Who ubicaba al pop lejos de las aspiraciones beatlescas de codearse con los “grandes” en el panteón de clásicos de modernidad. El lugar de la música rock no estaba junto Marx, Einstein o Chaplin, sino en el anaquel más cercano a lo más degradado de la cultura de masas, la publicidad. En 1977, los Sex Pistols remedaron la estrategia de The Who y dieron a su disco póstumo el título de *La gran estafa del rock'n roll*. El cinismo en el caso de The Who se expresaba en la siguiente fórmula: en un mundo donde todo ha sido mercantilizado, la denuncia contra los que “se venden” carece por completo de sentido. En el caso de los Sex Pistols, todo se sintetizaba en la frase: “nadie puede sentirse estafado por el contenido musical de un producto que hace expreso su propio carácter de estafa”. Sin embargo, como sostiene Adorno, “una infamia no se enmienda porque se declare como tal” (28).

Con la aparición del DIY que acompañó la emergencia del punk, la acusación de “venderse” volvió a cobrar vigencia, pero ya no como retórica crítica del abandono de una postura estética. Ahora el mote pasaba a expresar una contradicción en el terreno de la ética. Respecto de esta cuestión, Jameson ha señalado que incluso propuestas como las de The Clash, que poseían un contenido explícitamente político, eran “secretamente desarmadas y reabsorbidas por un sistema del que pueden considerarse parte, dado que no logran tomar distancia de él” (29). Uno de los principales referentes de la primera hora del movimiento punk (Mark P., editor del fanzine *Sniffin Glue*) opinó algo similar al sostener en 1977: “el punk murió el día que The Clash firmó con CBS” (30). La velocidad con que se produjo la integración del punk se debió, además de a las limitaciones de la propuesta estética, también al grado de autoconciencia alcanzado por la propia industria cultural. Ante la seguidilla de escándalos protagonizados por bandas punks, la fracción más conservadora de los administradores de la industria cultural sostuvo que debía aislarse el foco infeccioso rescindiendo los contratos que ligaban a los grupos con las corporaciones discográficas. Contra esta facción retrógrada, Sir John Read, presidente de EMI, alzó su voz en representación de la lucidez de la industria cultural respecto de su propia potencia. En la asamblea anual de 1976 del directorio de la compañía, Read afirmó que el punk era similar a “muchos otros grupos pop de diferentes tendencias que hemos contratado, inicialmente controvertidos, pero que con el tiempo fueron aceptados y contribuyeron mucho al desarrollo de la música contemporánea” (31).

El punk tal vez haya sido el movimiento cultural juvenil con pretensiones antagónicas que fue asimilado con mayor rapidez. Pero, como lo evidencia en parte la frase de Mark P., ha sido, también, el que más pronto ha tomado conciencia de este proceso, el que más certeramente ha sabido en qué consistía, y uno de los pocos que ha intentado ensayar algún tipo de antídoto contra la recuperación por parte del sistema.

5. Conclusión

Un hecho reciente parece contradecir buena parte de cuanto se ha dicho aquí acerca del punk. En Canadá, una campaña de 40 gigantografías publicitarias de teléfonos celulares que contenía la imagen de un punk, debió ser levantada por los reclamos de organizaciones sociales. La publicidad presentaba a una muchacha punk con casi todos los clichés del género: pelo corto de colores llamativos y ropa raída, nada que no se haya sido visto y que no estuviera plenamente incorporado al paisaje urbano. Sin embargo, en la foto había un detalle que escapó a la atención de los publicistas y fue la piedra del escándalo. Entre las ropas de la modelo, se dejaba entrever un pequeño prendedor con una frase: “Belsen was a gas”, el título de un tema de los Sex Pistols que hablaba en sorna del holocausto. Ante la inmediata queja de la comunidad judía de Toronto, la

compañía de teléfonos debió retirar de circulación la publicidad y pedir enfáticamente disculpas (32).

El acontecimiento podría ser leído como la evidencia de que en el punk existe una especie que núcleo irreductible a la asimilación. El sentido de esa canción, sobre la cual Marcus ha dicho que “no afirmaba nada excepto su propia vulgaridad” (33), parece revelarse finalmente 30 años después de haber sido compuesta. La idea subyacente es que el sistema tal vez pueda integrar todo, hasta la reivindicación del mal absoluto, pero jamás podría asimilar un acercamiento estético al fenómeno del genocidio que se hubiera caracterizado por su vulgaridad. Los coqueteos con la banalidad del mal parecen condensar el antídoto capaz de inmunizar al punk de la mercantilización. “Me quieren tragar/ se van a indigestar”, cantaba The Slits. La estrategia no dejaba de tener un elemento autodestructivo: suponía incorporar en el propio cuerpo una alta dosis de veneno para aniquilar la voraz vocación caníbal de la industria cultural.

Vale la pena recordar que durante los primeros tiempos el uso de esvásticas en el punk inglés era casi de rigor. Jamás quedó en claro si, en aquellos primeros años, el símbolo era utilizado para reproducir el gesto vanguardista de *épater la bourgeoisie* o si, por el contrario, había algún grado de adhesión seria a las ideologías fascistas, como sucedió en el caso notorio de los futuristas italianos. Los medios se decidieron de inmediato por la última opción de la disyuntiva. En octubre de 1977, en pleno auge de la música punk, en el *New York Times*, William Safire, conocido por ser el redactor de los discursos de Richard Nixon, se refería al punk como una tendencia nazi-fascista (34). El argumento de los conservadores trazaba una sencilla ecuación: el fascismo es violento al igual que los punks, por lo tanto, el punk es fascista. Este tipo de razonamiento no es exclusivo del pensamiento reaccionario. Un progresista habermasiano como Martín Jay ha establecido un vínculo entre la política fascista y la anarquista, a partir del hecho de que supuestamente comparten la modalidad de estetizar la violencia (35).

El uso de símbolos fue controversial desde el comienzo al interior mismo del movimiento punk. Es conocida la anécdota según la cual The Clash expresó su férrea negativa a compartir los equipos de sonido con otra banda porque salía a escena con esvásticas en sus ropas. Desde una posición similar a la que había suscitado esta negativa, la editora de un *fanzine* expresaba: “usar esvásticas no significa que uno ame realmente el fascismo, sólo sirve para asustar gente, pero el problema es que no les asustan porque en lo más profundo de sí la gente también es fascista” (36). El abandono de la utilización de simbología fascista se vincula con el triunfo de perspectivas similares a esta última. La aparición del National Front, que reivindicaba explícitamente una postura política fascista, como una opción política real contribuyó también a desactivar la creencia en el potencial provocador de la esvástica y a decantar al movimiento de sus elementos fascistas que se volcaron hacia los grupos skinheads.

“Belsen was gas” era el resultado del modo en que el punk había concebido la negatividad. El punk no sólo se había limitado a invertir las jerarquías de la representación espectacular de la realidad, sino que, al invertir de modo directo los valores sociales, al transformar automáticamente cada sí en un no y viceversa, seguía sometido a la voz de la dominación y jamás hubiera podido realizar su aspiración de convertirse en la versión estética tenebrosa de una realidad tenebrosa. Al trastocar de manera inmediata el signo de todo aquello que la sociedad toma por positivo (*confort*, éxito, dinero, consumo, orden, etc.) se corría necesariamente el peligro de caer en posiciones de nihilismo estéril. Este tipo de posición no es el verdadero obstáculo para el desarrollo de la mercancía que, ya sea por ignorancia o complicidad con su mensaje, puede servirse de ella con absoluta facilidad. Como lo demuestra el caso de la publicidad canadiense, sólo la acción política organizada vino a impedir auténticamente la banalización del dolor por obra de la expansión de la equivalencia indiferente que impone la economía mercantil.

No es por casualidad que el esquema a partir del cual se constituye la inversión total de los valores recuerde al funcionamiento de la ideología como una *camera obscura*. En este primer acercamiento de Marx al problema de la ideología, ésta invierte de manera directa y punto por punto las condiciones reales de existencia. Como en la visión retiniana, previa a la intervención de mente, lo que en la realidad está arriba aparece abajo y viceversa. Excepto por esta condición “invertida”, el reflejo que produce la ideología es una copia fiel de lo real. No existen, si se sigue al pie de la letra la metáfora de la *camera obscura*, otros elementos distorsivos más que el trastocamiento espacial de los elementos. Jay ha señalado que la analogía entre la visión retinal y la tergiversación de lo real por efecto de la ideología no es del todo precisa debido a que “la mente, después de todo, no tiene mayores inconvenientes en volver a colocar las imágenes en la posición correcta, mientras que las inversiones ideológicas no pueden disiparse tan fácilmente” (37). En relación con este fenómeno, Jay menciona un experimento realizado por Stratton a fines del siglo XIX. La experiencia, comentada extensamente por Merleau-Ponty (38), consistía en colocar unas lentes que revocaban el efecto de “enderezamiento” de las imágenes retinianas en el individuo. Stratton afirmaba que al comienzo, los objetos aparecen invertidos; luego el paisaje deja de estar en una posición invertida y es el cuerpo es que se siente en una posición anormal. Finalmente, el cuerpo se va “enderezando” hasta llegar al punto en

que “los gestos que a lo primero se dejaban engañar por el nuevo modo de visión y que precisaba corregir (...) se dirigen sin error a su objetivo” (39). Los datos visuales terminan por armonizarse a los datos corporales debido a que el cuerpo instituye el sentido del mundo como un todo gracias a que, en su experiencia, la visión y el tacto no son órdenes sensoriales absolutamente separados. A partir del experimento de Stratton, Merleau-Ponty concluye que “las relaciones objetivas, registradas en la retina por la posición de la imagen física, no determinan nuestra experiencia del ‘arriba’ y del ‘abajo’; se trata precisamente de saber cómo un objeto puede aparecérsenos ‘derecho’ o ‘invertido’ y lo que estos términos puedan querer decir” (40). El “enderezamiento” de la imagen retinal, no sería entonces, como afirma Jay, el producto de una facultad mental. Es la obra de la capacidad del cuerpo propio para instituir un sentido del mundo que no viene determinado por los datos naturales, sino que se vale de estos datos reasumiéndolos para darles un sentido nuevo.

La idea de la ideología como reflejo fue objeto de varias revisiones a lo largo de la historia del marxismo. Voloshinov sostenía que la ideología no era un puro reflejo invertido de las condiciones sociales de existencia. Existía, en verdad, una refracción de la base en la superestructura que distorsionaba la representación de lo real por el signo ideológico. La aparición de una transformación de las estructuras económicas en el nivel de la cultura no se daba de manera mecánica ni puramente causal; debía pasar por una serie de “esferas cualitativamente diversas, cada una de las cuales posee sus leyes específicas y su singularidad” (41). Al ser parte de una misma comunidad semiótica, las distintas clases sociales luchaban por acentuar ideológicamente los signos de acuerdo a sus intereses. De esta manera, el signo se mantenía vivo constituyéndose como “la arena de la lucha de clases”.

La otra revisión relevante de la ideología se debe a Althusser, para quien la concepción de la *camera obscura* de *La ideología alemana* no era marxista puesto que su estatuto teórico era el de una pura ilusión. Para Althusser, la ideología era la “representación de las relaciones imaginarias de las condiciones de existencia” (42). Desde la perspectiva de Althusser, al no poder ser absolutamente eliminada la relación imaginaria, ni siquiera en el contexto de una sociedad emancipada de las relaciones de producción capitalista, la relación directa con lo real se torna imposible. Como sostiene Jay, “esas relaciones [imaginarias] no son el equivalente de la falsa conciencia, porque son elementos permanentes e inevitables de todo sistema social” (43). Sin embargo, pese a no ser un sucedáneo de la falsa conciencia, lo imaginario no deja de ser una instancia de “deformación y desconocimiento de lo real” (44).

Los postulados tanto de Voloshinov como de Althusser, permiten comprender cómo la concepción mecanicista directa que impregnó la “inversión de valores” impulsada por el punk, le impidió acceder a un grado certero de crítica de las condiciones sociales de existencia. Esta inversión fue, entonces, doblemente falsa puesto que, no sólo se había limitado a la negación de la representación espectacular de lo real, sino que además el modo en que la realizaba, afirmando de manera plena lo que suponía era negado por el sistema de dominación social, abolía toda tensión interna en sus producciones. Se trata de una actitud simplista de algunos movimientos estéticos respecto de la forma de oponerse al valor de lo existente, que los hizo perder de vista que “nada debe ser aceptado sin reparos sólo porque exista y porque alguna vez haya tenido algún valor, pero nada tampoco carece de él sólo porque haya pasado: el tiempo sólo no es criterio alguno” (45).

Notas

- (1) Jameson, Fredric, *Ensayos sobre el posmodernismo*, Buenos Aires, Ediciones Imago Mundi, 1991.
- (2) Adorno, Theodor y Max Horkheimer, *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sur, 1971.
- (3) Benjamin, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductividad técnica”, en *Conceptos de filosofía de la historia*, Buenos Aires, Caronte, 2007.
- (4) Adorno y Horkheimer, *Op. Cit.*, pág. 122.
- (5) Adorno y Horkheimer, *Op. Cit.*, pág. 145.
- (6) Benjamin, W., “Op. Cit.”, pág. 167.
- (7) Adorno y Horkheimer, *Op. Cit.*, pág. 149.
- (8) Adorno, Theodor, *Teoría estética*, Barcelona, Ediciones Orbis, 1983, pág. 328.
- (9) La aceptación del jazz y el cine alcanzó tal grado que hasta el propio Gyorgy Lukács, que había servido de inspiración de muchas de las formulaciones de la Escuela de Frankfurt, destacaba que el cine se trataba de una nueva forma de arte. Cfr. Lukács, G., “El cine como lenguaje crítico”, *Nuevos Aires*, Año 2, Nº 5, septiembre-octubre-noviembre de 1971.
- (10) Adorno y Horkheimer, *Op. Cit.*, pág. 131.
- (11) Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1999, pág. 36.
- (12) Eco, U., *Op. Cit.*, pág. 37.
- (13) Adorno, Theodor, “La industria cultural”, en Morin, Edgar y Theodor Adorno, *La industria cultural*, Buenos Aires, Galerna. Adorno, 1967. El texto “La industria cultural” está constituido por dos conferencias pronunciadas para la Universidad Radiofónica y Televisiva Internacional, que fueron publicadas en el número 3 de la revista *Communications*. El número fue editado en 1964, el mismo de la publicación del libro de Eco.
- (14) Adorno, “Op. Cit.”, pág. 20.

- (15) Adorno y Horkheimer, *Op. Cit.*, pág. 130.
- (16) Se puede afirmar, sin demasiado riesgo, que la mayoría de los análisis realizados dentro de lo que se denomina Estudios Culturales son herederos del éxito de esta operación de rehabilitación en bloque.
- (17) Jameson, F., *Op. Cit.*, pág. 37.
- (18) Jameson, F., *Op. Cit.*, pág. 103.
- (19) Grüner, Eduardo, *El sitio de la mirada. Secretos de la imagen y silencios del arte*, Buenos Aires, Norma, 2005, pág. 227.
- (20) Adorno, T., *Op. Cit.*, pág. 11
- (21) Grüner, E., *Op. Cit.*, pág. 205.
- (22) Marcus, Greil, *Rastros de carmín*, Barcelona, Anagrama, 1999, pág. 80.
- (23) Marcus, G., *Op. Cit.*, pág. 84.
- (24) Adorno, T., *Teoría estética*, pág. 60.
- (25) Adorno, T., *Op. Cit.*, pág. 69.
- (26) Benjamin, W., "Op. Cit.", pág. 176.
- (27) Los esfuerzos en este sentido de los grupos nucleados en Rock In Oposition funcionaron a una escala mucho menor de difusión. Una revelación para iniciados casi a la manera clásica de una vanguardia estética.
- (28) Adorno, T., "La industria cultural", pág. 17.
- (29) Jameson, F., *Op. Cit.*, pág. 79.
- (30) Luna, Sagrario, *The Clash*, Madrid, Cátedra, 1996, pág. 37.
- (31) Citado en Kreimer, Juan Carlos, *Punk. La muerte joven*, Buenos Aires, Distal 1993, pág. 129.
- (32) Las repercusiones del tema pueden verse en:

<http://www.es-israel.org/?p=145>

<http://www.stormfront.org/forum/showthread.php/belsen-gas-says-bell-canada-420059.html> http://www.citynews.ca/news/news_14732.aspx,

<http://www.canada.com/globaltv/ontario/story.html?id=c7e93306-d9de-444b-86be-5e27bc67be0d&k=50965>

- (33) Marcus, G., *Op. Cit.*, pág. 129.
- (34) Kreimer, *Op. Cit.*, pág. 223.
- (35) Jay, Martin, *Campos de fuerzas: entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Buenos Aires, Paidós, 2003, pág. 146.
- (36) Kreimer, *Op. Cit.*, pág. 61.
- (37) Jay, M., *Op. Cit.*, pág. 255.
- (38) Merleau-Ponty, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1993.
- (39) Merleau-Ponty, M., *Op. Cit.*, pág. 260.
- (40) Merleau-Ponty, M., *Op. Cit.*, pág. 262.
- (41) Voloshinov, Valentin, *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1976, pág. 43.
- (42) Althusser, Louis, 1984: *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1984, pág. 32.
- (43) Jay, M., *Op. Cit.*, pág. 257.
- (44) Kristeva, Julia, "Cine: práctica analítica, práctica revolucionaria, en revista *Lenguajes*, Nº 2, Año 1, Buenos Aires, diciembre de 1974.
- (45) Adorno, T., *Teoría estética*, pág. 61.

Bibliografía

- Adorno, Theodor, *Consignas*, Buenos Aires, Amorrortu, 2003.
- Adorno, Theodor, "La industria cultural", en Morin, Edgar y Theodor Adorno, *La industria cultural*, Buenos Aires, Galerna, 1967.
- Adorno, Theodor, *Minima moralia. Reflexiones desde la vida dañada*, Madrid, Taurus, 2001.
- Adorno, Theodor, *Televisión y cultura de masas*, Buenos Aires, Lunaria, 2005.
- Adorno, Theodor, *Teoría estética*, Barcelona, Ediciones Orbis, 1983.
- Adorno, Theodor y Max Horkheimer, *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sur, 1971.
- Althusser, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1984.
- Benjamin, Walter, "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica", en *Conceptos de filosofía de la historia*, Buenos Aires, Caronte, 2007.
- Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1999.
- Grüner, Eduardo, *El sitio de la mirada. Secretos de la imagen y silencios del arte*, Buenos Aires, Norma, 2005.
- Guattari, Félix y Suely Rolnik, *Micropolítica*, Buenos Aires, Tinta Limón, 2005.
- Haenfler, Ross, *Straight Edge: clean-living youth, hardcore punk and social change*, Rutgers University Press, 2006.
- Jameson, Fredric, *Ensayos sobre el posmodernismo*, Buenos Aires, Ediciones Imago Mundi, 1991.
- Jay, Martin, *Campos de fuerzas: entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Buenos Aires, Paidós, 2003.
- Kreimer, Juan Carlos, *Punk. La muerte joven*, Buenos Aires, Distal, 1993.
- Kristeva, Julia, "Cine: práctica analítica, práctica revolucionaria, en revista *Lenguajes*, Nº 2, Año 1, Buenos Aires, diciembre de 1974.

Lukács, Gyorgy, "El cine como lenguaje crítico", *Nuevos Aires*, Año 2, Nº 5, septiembre-octubre-noviembre de 1971.

Luna, Sagrario, *The Clash*, Madrid, Cátedra, 1996.

Marcus, Greil, *Rastros de carmín*, Barcelona, Anagrama, 1999.

Merleau-Ponty, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1993.

O'Hara, Craig, *The Philosophy of Punk: More Than Noise*, Londres, AK Press, 1995.

Reszler, André, *La estética anarquista*, Buenos Aires, Libros de la Araucaria, 2005.

Voloshinov, Valentin, *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1976.