

Promesas vicarias. La industria cultural, una vez más

Vicarious promises. The cultural industry, again

Dr. Esteban Alejandro JUÁREZ
Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

ejuares@eci.unc.edu.ar

Resumen

En la actualidad, la expresión “industria cultural” ha perdido los vestigios tanto del contenido dialéctico como de la fuerza subversiva contenida en su acuñación originaria por Adorno y Horkheimer. En los estudios sobre comunicación social suele ser recurrente una doble neutralización de su contenido: al mismo tiempo que se la suele describir como un modo de fabricación de productos culturales junto a otros términos familiares (industria del entretenimiento, industria del turismo, industria del arte, etc.), se la considera, según profesa la muletilla, una herencia agotada del pesimismo o del elitismo cultural de los frankfurtianos. Así, la operación crítica de Adorno y Horkheimer de unir dos conceptos, que históricamente se han escindido y que producen una fuerte tensión cuando se los imbrica de nuevo, se desvanece. Ninguna resonancia queda de ese mecanismo perfeccionador de las operaciones ideológicas de represión de los impulsos sexuales que ya se practicaban en la moral convencional. Otro tanto sucede cuando al concepto se le opone de modo abstracto el de arte autónomo. Allí se pierde la enmarañada figura dialéctica que forman ambos, según decía Adorno a Benjamin en una carta, en tanto “mitades desgajadas de la libertad entera”.

Sin ninguna intención de caer en la sospechosa tarea de discriminar lo vivo y lo muerto para el presente del concepto de “industria cultural” tal como lo formularon Adorno y Horkheimer, la ponencia que presentamos desea volver a indagar su resonancia crítica y su contenido dialéctico. Para ello apelaremos a una noción adorniana clave que funciona como contrapunto dialéctico de la industria cultural y sus promesas de satisfacción sensible: la idea de promesa de felicidad contenida en el arte.

Abstract

Nowadays, the term "cultural industry" has lost the vestiges of both its dialectical content and the subversive force contained in its original coining by Adorno and Horkheimer. In the field of social communication studies often takes place a double neutralization of its content. Not only it is often described as a way of making cultural products alongside other familiar terms (entertainment industry, tourism industry, art industry, etc.), but also it is considered as the exhausted legacy of pessimism or cultural elitism of the Frankfurt School. Thus, the critical operation performed by Adorno and Horkheimer when joining two concepts, which have historically been split off, actually vanishes. No resonance is left of the mechanism that improves the ideological operations of sexual impulses repression already present in conventional morals. The same happens when the concept is abstractly opposed to autonomous art. In both cases, what it is lost is the dialectic figure both concepts actually form, as Adorno has put it in a letter to Benjamin, as “torn halves of an integral freedom”.

Without any intention of falling into the suspicious task of discriminating the living and the dead in the present concept of "cultural industry", this paper aims at re-investigate its critical resonance and dialectical content. Therefore, we shall appeal to a key notion in Adorno that functions as the dialectical counterpoint of cultural industry and its promises of sensible satisfaction: the promise of happiness contained in art

Palabras Clave: Th. W. Adorno, M. Horkheimer, Industria cultural, teoría crítica, arte autónomo

Key Words: Theodor W. Adorno, M. Horkheimer, Culture Industry, Critical Theory, Autonomous Art.

Promesas vicarias. La industria cultural, una vez más

1. Introducción

Nadie que utilice hoy la expresión “industria cultural” [Kulturindustrie] sentirá en su simple enunciación algún rastro de la irritante tensión dialéctica que constituía su riqueza y su provocativa originalidad cuando la acuñaron en los años cuarenta Theodor W. Adorno y Max Horkheimer. En los estudios sobre comunicación social suele ser recurrente una doble neutralización del movimiento interno que se agita en la fusión de estos vocablos: al mismo

tiempo que a esta expresión se la describe como un modo, más o menos inocuo, de fabricación de productos culturales junto a otros términos familiares (industria del entretenimiento, industria del turismo, industria del juego, etc.), al análisis de su contenido ideológico se lo considera, según profesa la muletilla, una herencia agotada del apocalíptico elitismo cultural de la primera generación de la “Escuela de Frankfurt”. Así, la arriesgada operación crítica de Adorno y Horkheimer de comprimir dos conceptos extremos se desvanece. Poco queda del torbellino de fuerzas litigantes contenidas en el ensamblaje de la voz alemana. Pues, en un pasado reciente, en esa fórmula resonaron al unísono, para la irritación o el desdén de los oídos cultivados, las disonancias entre las promesas y las miserias albergadas en el devenir histórico de los conceptos tradicionales de industria y cultura. Pero hoy ¿quién quedaría escandalizado al escuchar esa conjunción de palabras, ese oxímoron que pergeñaron en el exilio Adorno y Horkheimer para explicar los mecanismos ideológicos que actuaban en la adaptación a un sistema social regido, hasta en las fibras más íntimas de sus integrantes, por criterios de mercantilización?

En las líneas que siguen intentaremos explorar los ecos dialécticos de esta noción de industria cultural. Para ello nos centraremos en una de las constelaciones más interpelada por los defensores y por los detractores de Adorno y Horkheimer: la “gran división”, como la llama Andreas Huyssen (2002), entre industria cultural y el arte autónomo radicalizado. Específicamente tomaremos las dos modalidades de “promesa de felicidad” que operan, como contrapuntos dialécticos, en la industria cultural y en esas obras de arte. Esto nos conducirá a un punto neurálgico en el pensamiento de Adorno: la divisoria entre un placer auténtico y la mera diversión. Esta divisoria tendría implicancias políticas, ya que por medio de esta ella se evidencia el carácter contradictorio de las reglas de juego de la vida social aceptadas como naturales por los sujetos. Esta contrastación contribuiría así a mantener abiertas las posibilidades tanto de la transformación de un orden social desfavorable como de una constitución libre de la subjetividad.

2. Desarrollo

2.1 La “gran división”

A diferencia del “rencor contra el placer dentro del placer” (p. 19), que caracterizaría, según Adorno (1973), a la nueva etapa de la consciencia cultural de las masas, el arte moderno radical atenuaría una *promesse du bonheur* al prohibir la aparición de momentos desiderativos y su fuerza de seducción dentro de la configuración estética. “Las obras de arte”, expresan Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración* (2010), “son ascéticas e

VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC
“POLÍTICAS, ACTORES Y PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN:
ENCRUCIJADAS DE LA INVESTIGACIÓN EN AMÉRICA LATINA”
27 y 28 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

impúdicas; la industria cultural es pornográfica y pudibunda” (p. 153). En la interpretación de estos dos principios contrapuestos se juega gran parte de los malentendidos que acarrear los reproches a Adorno en torno a la relación entre estas dos esferas de la cultura y la función que en ellas ejerce el placer.

Las obras musicales de vanguardia, sobre todo las de la segunda escuela vienesa (Schönberg, Berg, Webern), tratan de salvar el disfrute sensible pleno del individuo al enfrentar al principio de la mercantilización, la cosificación y la represión del instinto que dominan la totalidad social, no con un mero gesto de indignación, sino absorbiendo sus efectos en el interior de sus propias técnicas compositivas. En su ascetismo estas obras tienen la capacidad de presentar la figura inversa de un modo del placer complaciente con las relaciones sociales existentes. Esto es: representan la privación de la felicidad como algo negativo y con esa negación, mediada estéticamente, redimen lo negado en el mundo empírico: un placer no estrecho, no reducido ni a goce culinario, ni a disfrute idealizado, ni a divertimento. En definitiva, salvan un placer sensible que involucra la satisfacción sensible de todos, pero que, mientras pervivan las condiciones sociales que reproducen la infelicidad de la mayoría, solo pueden invocarlo por medio de la apariencia estética que se resiste a aparecer como bella. “Toda su felicidad -dirá Adorno en *Filosofía de la nueva música* (2003a) a propósito de los shocks que producen las innovaciones técnicas de Schönberg- radica en reconocer su infelicidad, toda su belleza, en negarse a la apariencia de lo bello” (p. 126).

A pesar de que esta diferencia recarga el potencial de placer pleno, de conocimiento y de emancipación sobre las obras de arte radicales, Adorno no deja de alertar tanto contra las tentativas de separar absolutamente la esfera del arte de masas de la esfera de la música avanzada, como contra aquellas que plantean una continuidad entre ambas, inconscientes de la irreversible ruptura histórica –Adorno localizaría el último eslabón de concordia entre estas esferas en la *Flauta mágica* de Mozart-.

Para Adorno, ni el arte radical sería una reserva de un tipo de disfrute para entendidos opuesto al placer sensible que se podría todavía sentir en la cosificación de la vida cotidiana, ni tampoco el arte de masas sería una iniciación sencilla para acceder gradualmente al goce estético de los refinados bienes culturales burgueses. Ambas esferas debían ser relacionadas de un modo dialéctico, es decir, en la mediación de sus oposiciones y contradicciones inmanentes. Por más que parezca que ambas esferas excluyan a su opuesto, la mediación dialéctica implica que a estos conceptos particulares de arte radical y de industria cultural le son inherentes momentos del otro y que, sólo como momentos inherentes de uno, se ponen contra lo otro de sí. Este es el modo en que ambas esferas participan de la antagónica totalidad social y de la posibilidad de una reconciliación exenta de violencia. Pues ellas, en y por su propia estructura, estarían imbricadas en las condiciones ideológicas pero, al mismo tiempo, también participarían en las fuerzas emancipadoras, aunque, en el planteo adorniano, la gravitación de una y otra esfera fuese siempre dispar.

Como le habría escrito a Benjamin, arte autónomo y arte de masas serían también “las mitades desgajadas de la libertad entera” (Adorno y Benjamin, 1998, p. 135).

Entonces, si Adorno intenta pensar de un modo dialéctico ambas esferas, ¿por qué la *promesse du bonheur* queda finalmente contenida sólo en el arte moderno radical?, ¿por qué esa disparidad?, ¿reporta aquí cierta añoranza por la alta cultura burguesa? ¿o significa que niega por completo toda vivencia de felicidad por parte de los sujetos, tanto en la vida cotidiana como en el arte, porque bien podría ser presa del engañoso aparato de producción estandarizado y, por lo tanto, cómplice del encubrimiento del sufrimiento real?, o, más exactamente, ¿denuncia la indeterminación de las formas de placer asociadas a la experiencia estética si se las reduce a diversión y estímulo para la satisfacción de los deseos y necesidades aparentemente inmediatas de los receptores?

2.2 Tiempo de ocio y tiempo de trabajo

Es cierto que en muchos pasajes de su obra Adorno pareciera evidenciar un implacable desdén contra cualquier modalidad de hedonismo que surgiera en el estado actual. Por ejemplo, en *Teoría Estética* (1970) dice que “...toda felicidad por lo existente es sucedánea y falsa” (p. 461). Sin embargo, la interpretación no debería pasar por alto que entre sus escritos, sobre todo aquellos de crítica y cultura, se halla desperdigada una defensa de una posición dialéctica sobre la felicidad. En este sentido, el consabido cuestionamiento de la tendencia manipuladora del placer sensible de los modernos mecanismos culturales y, de modo extendido, la crítica a la subordinación de la cultura al fetichismo de las mercancías, más que ofrecer una recusación absoluta por parte de Adorno de todo goce, según sostienen desde distintos frentes algunos de sus críticos (Jauß, 1986; Schneider, 1998), podría leerse con mayor justicia junto a su tenaz esfuerzo por auscultar el tenue pulso del goce individual no reglamentado, ni enclaustrado ilusoriamente en la esfera de la interioridad subjetiva.

El dilema ante el que se encuentra una auscultación de este tipo es que la sociedad burguesa ha ido preparando el terreno para eliminar la esfera que ella misma había reservado para la liberación de los impulsos y gratificaciones fuera del trabajo. Esa esfera era la cultura, gracias a la cual había sido posible el despliegue del arte autónomo y, junto con él, la imagen de un mundo en sí diferente al existente. Si bien la cultura se mantuvo de un modo ideológico al reproducirse en medio de una realidad dictada por la apropiación del trabajo ajeno, albergaba también una promesa de libertad y felicidad.

Sin embargo, con el apogeo de la “industria cultural” y el paso al estado burocrático, esa esfera de libertad sería desplazada, y la cultura y la consciencia se convertirían en un complejo dispuesto según los imperativos de comercialización del aparato económico. De acuerdo con Adorno, para que nada subversivo para el trabajo productivo emergiera del uso

del tiempo libre, la sociedad burguesa dictaminaría sutilísimas líneas de demarcación entre trabajo y tiempo libre. Pero, paradójicamente, esa demarcación coincidiría con una semejanza estructural cada vez mayor entre el esfuerzo del trabajo y el placer de la dispersión. La consecuencia sería que los sujetos podrían ser libres y entregarse al gozo en el descanso del trabajo, pero al mismo tiempo se verían privados de serlo, ya que se hallarían sometidos a la reglamentación y los ritmos de la producción de entretenimiento. Así, las esferas del trabajo y del tiempo libre habrían quedado mutuamente enajenadas, pues, como afirma Adorno (2003b) en los años cuarenta, de ellas habrían “sido por igual excluidos el placer y espíritu” (p. 148).

2.3 La escuela de la alegría del vivir

La recurrente exhortación a la alegría de vivir programada por la industria cultural, rasgo que ésta compartiría, según Adorno (2003b, p. 70), con la terapia psicoanalítica,¹ en última instancia llevaría a los sujetos a conformarse sólo a las expectativas de un goce cuya gratificación ellos, para autoafirmarse como tales, ya habrían aprendido a reprimir en cuerpo y alma. Por este proceso histórico que atraviesa la socialización, a la industria cultural puede resultarle más fácil, a través de una serie de “operadores”,² sostener permanentemente sus promesas de satisfacción de un placer exultante y, a la vez, reprimir y aplazar su cumplimiento.

Adorno no sostiene que, por este motivo, los destinatarios de la industria cultural, que son asediados sin tregua, se conviertan en autómatas, en presas pasivas e inconscientes de la manipulación de la felicidad que ejercen sobre ellos oscuros y tenebrosos consorcios ubicados en la cima del aparato burocrático o de los medios de comunicación masiva. Menos aún Adorno habla solamente de las masas como víctimas inconscientes de estrategias subliminares. El punto problemático es, más bien, que los sujetos suelen conocer las operaciones de enmascaramiento de la industria cultural, y a pesar de estar informados, ellos, incluidos los más poderosos (Schwarzböck, 2008, p.253), vuelven a abandonarse una y otra vez a su seducción sin ofrecer resistencia, u ofreciéndola, pero a medias, de un modo tangencial o cínico. La consciencia de los explotados se hallaría predispuesta a las operaciones de la industria cultural en la medida en que los sujetos necesitan, en algunos momentos, para recomponer su narcisismo, no reparar en la miseria o en el agobio del trabajo. La consciencia del que podría no trabajar se hallaría sugestionada por la ideología culposa de estar exento de ello en medio de la explotación general: “nadie que extraiga

¹ Para una crítica de esta relación adorniana, véase Goebel, 2004.

² Sobre estos operadores, véase Duarte, 2011.

provecho del sistema del provecho -expresa Adorno (2003b)- puede existir en su seno sin vergüenza, y ésta deforma hasta el placer no deformado” (p. 200). Así, los que están arriba conciben el descanso plácido como aburrido o superfluo, y se empeñan de un modo neurótico en gastar energías realizando toda suerte de pseudoactividades ya formateadas por la organización del tiempo libre. En cambio, la idea de una felicidad plena, que encuentra su eco en el “entusiasmo” y en el “venturoso esfuerzo” que acompaña a la unión sexual, les parece a todos ellos “anticuada” e “ineconómica” (Ibidem, p. 248).

Esto no significa que la industria cultural desatienda la exigencia de una felicidad plena. Al contrario, si aquella resulta atractiva es porque se apoya *verdaderamente* en esa exigencia. Ésta es la ironía de la industria cultural. Ella “planifica la necesidad de felicidad y la explota”, y por eso “tiene su momento de verdad en que satisface una necesidad sustancial resultante del avance social de la privación; pero, por su forma de gratificación, se convierte en lo absolutamente no verdadero” (Adorno, 1970, p. 461).

La industria cultural integra la tendencia hacia una socialización total de los sujetos estimulando sus deseos de huir de la vida gris de la fábrica y de la oficina y de ser plenamente felices, al mismo tiempo que educa para la resignación y para soportar el dolor. Más aún, su pedagogía intrínseca conduce al enmudecimiento, a que nadie pueda objetivar su experiencia por medio del lenguaje sin que los agobie el sentimiento de estar aguando la fiesta a la que invita la industria de la cultura. Su eficacia pedagógica radica en que refuerza la psiquis de unos sujetos que ya se han acostumbrado a naturalizar las desdichas de lo real, y que ya se han conformado a querer y tomar todo aquello que sistemáticamente se les ha preparado según una clasificación de sus preferencias. Y esto se les vuelve a ofrecer una y otra vez. En este sentido puede decirse que los sujetos se vuelven “utilizables” y que ellos mismos son los que consienten que así sea.

2.4 La ley tantálica

Para disponer de los seres humanos, la industria cultural los reagrupa en clasificaciones cuantificables. Lo mismo sucede con las cosas que produce. Así, nivela y rebaja tanto a unos como a otros. No porque no establezca diferenciaciones, sino porque las establece de tal modo que nadie ni nada pueda quedar fuera de su previsión. Todos los sujetos se convierten en consumidores y todas las cosas en artículos de consumo. Nadie queda fuera de la administración cultural y por eso tanto ricos como pobres, burgueses como proletarios, pueden sentirse satisfechos de no ser excluido, de ser parte. Incluso las transgresiones son incorporadas gradualmente como “rarezas” o “novedades” dentro del sistema cultural, contribuyendo con ello, no sólo a reproducir, sino también a reforzar su dominación. Cualquier diferencia o desviación es determinada en función del rol de los sujetos como

VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC
“POLÍTICAS, ACTORES Y PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN:
ENCRUCIJADAS DE LA INVESTIGACIÓN EN AMÉRICA LATINA”
27 y 28 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

consumidores de objetos disponibles en el mercado, y las diferencias de los objetos son establecidas en función de las necesidades de clasificar y atraer consumidores. Ninguna cualidad de los sujetos o de los objetos es evaluada por normas inherentes a ellos mismos. Todos son, en última instancia, objetos clasificables según parámetros que les son externos. Por lo tanto, ningún placer obtenido es realmente producido por la proximidad con lo específico de los individuos o de las cosas:

La industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete. La letra sobre el placer, emitida por la acción y la escenificación, es prorrogada de modo indefinido: la promesa en la que consiste, en último término, el espectáculo deja entender maliciosamente que no se llega a la cosa misma, que el huésped debe satisfacerse con la lectura del menú. (Horkheimer y Adorno, 2010, p. 148)

Las promesas de felicidad que pone en escena la industria cultural no sólo son espurias porque ésta no cumple su palabra, sino porque se dirigen a un sucedáneo de la felicidad que se halla históricamente truncado por la violencia internalizada de la represión histórica. Es decir, son falsas porque no contribuyen a la liberación del deseo reprimido sino que lo refuerzan. Su función catártica es, en última instancia, compensatoria, no emancipatoria. La industria cultural compensa mediante la exhortación al relajamiento de la tensión vivida en el tiempo de labor, las condiciones de explotación cotidiana de las fuerzas de trabajo. Las pleonásticas promesas de la publicidad sólo democratizan la excitación de un deseo erótico que simultáneamente se presenta bajo la amenaza constante de castración. Adorno y Horkheimer interpretan el significado latente de la repetición compulsiva de la promesa de la industria cultural en términos de un ciclo sin puntos de fuga entre incitación y coacción de un erotismo dañado por la praxis social. Aquí radica una diferencia esencial con la promesa de felicidad de la obra de arte, que hace aparecer la privación de la felicidad como algo negativo, mientras que la cultura industrializada cohibe precisamente aquello que promete hasta el hartazgo; su principio es, en esencia, tantálico:

Al exponer siempre de nuevo el objeto de deseo, el seno en el jersey y el torso desnudo del héroe deportivo, no hace más que excitar el placer preliminar no sublimado que, por el hábito de la privación, ha quedado hace tiempo deformado y reducido a placer masoquista. No hay ninguna situación erótica en la que no vaya unida, a la alusión y la excitación, la advertencia precisa de que no se debe jamás y en ningún caso llegar a ese punto. (Ibídem)

A través de este recorrido se puede entrever que Adorno ni critica en bloque el placer sensible, ni tampoco el entretenimiento en sí mismo -de hecho, Adorno tiene estima por aquellas artes corporales o de las acrobacias circenses porque han permitido disfrutar del sinsentido y de las asociaciones libres (p. 151)-. Si se atiende al contexto más amplio de la sección en que Adorno y Horkheimer afirman que “divertirse significa estar de acuerdo” (p.

153), se evidenciaría que lo que quieren significar es que la fruición del entretenimiento que ofrece la industria cultural, y que lo sujetos aceptan convencidos, no sería verdadero placer de entretenerse, sino uno que imita los ritmos del trabajo alienado y que prolonga los procesos de represión del instinto de la moral convencional. Los sujetos que consumen con pretendido deleite las mercancías culturales en el tiempo de ocio se vuelven *idiotas*, en el sentido etimológico -no peyorativo- del término: disfrutan en la medida en que se aíslan del todo. Por aislamiento se entiende aquí la falta de interés por comprender reflexivamente el proceso global en el cual los mismos sujetos se hallan involucrados, como también la despreocupación por la posibilidad de que la totalidad social pueda ser de otra manera por medio de una acción contestataria. En tal sentido, el divertirse es una cuestión política.

La industria cultural aplaza la promesa de una felicidad no menguada que movilizaría a sujetos a disolver y transformar el social, al mismo tiempo que exhorta a los sujetos a participar de una dinámica social que aparece como la felicidad completa, cuando en realidad ésta se identifica con una figura determinada de la satisfacción: el éxito individual en el logro de rendimientos previamente pautados.³ Como ha sostenido Fredric Jameson (2010),

lo que es inauténtico en las ofertas de la industria cultural, entonces, no son los restos de la experiencia en ellas, sino más bien la ideología de la felicidad que encarnan simultáneamente: la noción de que el placer o la felicidad (el ‘entretenimiento’ sería su síntesis espuria) ya existen y que están al alcance del consumidor. (p. 228)

2.5 Consideraciones finales

Con la repetición incesante de sus promesas, la cultura industrializada obtura las disposiciones al pensamiento de resistencia contra una realidad que frustra aquella experiencia al limar toda diferencia para que cuadre en patrones reconocibles. Pero Adorno también captaría las lagunas que presentan los mecanismos de integración de lo diferente promovidos por la industria cultural. Pues, en la necesidad de una reiteración constante de propagar promesas y de producir deseos y satisfacciones vicarios, es decir, en la necesidad de poner continuamente en funcionamiento su maquinaria, se pondría de manifiesto que la tendencia hacia la integración total encontraría su límite en la misma constitución de la subjetividad. Según anota Adorno (1981) en el bosquejo previo que redactó para el famoso capítulo sobre la industria cultural de *Dialéctica de la Ilustración*, “(...) el esfuerzo desesperado de esta repetición es el único rastro de esperanza de que la repetición sea en vano, de que los hombres no puedan ser apresados” (p. 331).

³ Al respecto, véase BEHRENS, 2012.

Sin embargo, a pesar de haber percibido esta grieta en la cosificación de los sujetos, Adorno concibió con mayor urgencia política la necesidad de desenmascarar el “engaño” de la industria cultural, pues había detectado el papel central que ésta desempeñaba, como complemento de las altamente sociedades administradas, en la reproducción y aseguramiento de las diferencias económicas de la estructura social, en el mantenimiento a raya de las masas en sus exigencias de gratificación plena de la felicidad, y en la banalización de la expresión del sufrimiento. En vistas de esta urgencia, Adorno no optó por rastrear más hondamente en las huellas de una experiencia verdadera, aún no realizada, que podrían encontrarse en los productos de la industria cultural.⁴ Sin duda, él no ignoraba este potencial: “...la fuerza del nombre –dice en su monografía sobre Mahler (1971)- tal vez está mejor protegida en el kitsch y en la música vulgar que en la superior, la cual, ya antes de la construcción radical, había sacrificado todo esto al principio de estilización” (p. 185).

No obstante, él persiguió decididamente esas huellas en las ansias y los deseos que alguna vez fueron investidos en los objetos de lujo y que perdurarían en las obras de arte. No porque estas últimas sean el polo opuesto al fetichismo del aparato cultural y lo saboteen en abstracto, es decir, externamente (pues los objetos culturales siempre tuvieron en sí algo de fetiches); sino porque en las obras de arte modernas, gracias a su relativa autonomía y por el modo en que salvan la apariencia estética en el momento de su disolución, la reducción de los objetos culturales a mercancías se asume y se transforma de manera reflexiva. Con esto también el placer obtiene un grado más de consciencia, hasta el punto de llegar con las complejas y ascéticas obras modernistas a mantener la promesa de felicidad verdadera, sin ya apariencia, sólo rompiendo con ella.

Una lectura del capítulo sobre la Industria Cultural de *Dialéctica de la Ilustración* que no descuidara las relaciones dialécticas que ésta entabla con las promesas de la apariencia estética en la ya clásica teoría crítica de Adorno tal vez marcaría, según nos animamos a sugerir, un umbral de reflexiones no alcanzado todavía por muchos de los estudios contemporáneos en comunicación. La investigación que parta de este umbral no solo estaría a la altura de los problemas articulados por Adorno, sino también estaría en condiciones de desarrollar más sofisticadamente una teoría crítica de la comunicación en la cual se pudiese volver a escuchar, una vez más, aunque ahora atenta a la especificidad de su fase postautoritaria (Schweppenhäuser, 2011, 343s), el choque de fuerzas litigantes contenidas en el concepto de *Kulturindustrie*.

3 Bibliografía

⁴ Para una discusión más amplia de este punto, véase Wellmer, 2005, pp. 256-278.

VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC
“POLÍTICAS, ACTORES Y PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN:
ENCRUCIJADAS DE LA INVESTIGACIÓN EN AMÉRICA LATINA”
27 y 28 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

- Adorno, Th. W. (2003a). Philosophie der neuen Musik. En *Gesammelte Schriften*, Tomo 12, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- _____(2003b). Minima Moralia. En *Gesammelte Schriften*, Tomo 4, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- _____(1981). Das Schema der Massenkultur. En *Gesammelte Schriften*, Tomo 3, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- _____(1973). Dissonanzen. En *Gesammelte Schriften*, Tomo 14, Frankfurt a. M.; Suhrkamp.
- _____(1971). Mahler: Eine musikalische Physiognomik. En *Gesammelte Schriften*, Tomo 13, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- _____(1970). *Ästhetische Theorie*. Frankfurt a. M.; Suhrkamp.
- Adorno, Th. W.; Benjamin, W. (1998). *Correspondencia 1928 – 1940*, Madrid: Trotta.
- Behrens, R. (2012). Emanzipatorische Praxis und kritische Theorie des Glücks. Glück und Unglück in Entenhausen. Recuperado el 03/05/2012 de <http://www.krisis.org/2003/emanzipatorische-praxis-und-kritische-theorie-des-gluecks#more-552>
- Duarte, R. (2011). Industria Cultural 2.0. En *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, N° 3, Dic., pp. 90-102.
- Goebel, E. (2004). Das irre Ganze und der Glücksanspruch des Einzelnen. Adorno und die Psychoanalyse. En Ette, W.; Figal, G., Klein, R.; Peters, G. (Eds.). *Adorno im Widerstreit. Zur Präsenz seines Denkens*, Freiburg/München; Karl Alber, 2004, pp. 482-495.
- Horkheimer, M.; Adorno, Th. W. (2010). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt a. M.: Fischer.
- Huysen, A. (2002). Adorno al revés: de Hollywood a Richard Wagner. En *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo, pp. 41-88.
- Jameson, Fr. (2010). *Marxismo tardío. Adorno y la persistencia de la dialéctica*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Schneider, N, (1998). Promesse de bonheur. Historisch-kritische Nachfragen zu einer Denkfigur in der ästhetischen Theorie Adornos. En Kolleritsch, O. (Ed.), *Das gebrochene Glücksversprechen. Zur Dialektik des Harmonischen in der Musik*. Wien/Graz: Universal-Edition, pp. 129-141.
- Schwarzböck, S. (2008). *Adorno y lo político*, Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Schweppenhäuser, G. (2011) Industria cultural, cultura popular y la economización de la formación. En *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, N° 3, Dic., pp. 341-348.

VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC
“POLÍTICAS, ACTORES Y PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN:
ENCRUCIJADAS DE LA INVESTIGACIÓN EN AMÉRICA LATINA”
27 y 28 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Wellmer, A. (2005). Über Negativität und Autonomie der Kunst. Die Aktualität von Adornos Ästhetik und blinde Flecken seiner Musikphilosophie. En Honneth, A. (Ed.), *Dialektik der Freiheit*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, pp. 237-278.