

TEORÍA CRÍTICA Y COMUNICOLOGÍA. EL LEGADO DE LA ESCUELA DE FRANKFURT

FRANCISCO SIERRA CABALLERO*

fsierra@us.es

Fecha de recepción: 28 de septiembre de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 10 de octubre de 2011

En apenas menos de un siglo, el de la era de la propaganda y la cultura de masas, la revolución de los sistemas de mediación cultural ha alterado radicalmente los patrones de comportamiento y organización que distinguen al *paradigma representacional*, cuestionando la política y subjetividad características de la era moderna. La *revolución americana*, descrita magistralmente por el filósofo sardo, modificaría, como nunca antes, las bases del modelo de reproducción social, ampliando las tensiones y conflictos entre base y superestructura, en una era, la del imperio de los medios, que, ante el dominio de la razón instrumental en la administración de las cosas y las mentes y corazones de los consumidores de los nuevos canales de difusión colectiva, exigía repensar los procesos y dinámicas de la mediación social.

Si Marx apuntó, de forma preclara, en sus escritos periodísticos de juventud, que la primera libertad de prensa consiste en no ser una industria, no es sino con Adorno y Horkheimer cuando, por vez primera en la historia, se funda un programa de investigación original, sentando las bases de la crítica de la Comunicación como Dominio y una nueva epistemología con la que resolver el llamado “agujero negro” del marxismo. El célebre texto sobre la industria cultural de la Escuela de Frankfurt es, por lo mismo, reconocido como el documento fundacional de la Escuela Crítica en Comunicación, en la justa medida que supone un giro copernicano en el campo científico, hasta entonces casi totalmente hegemonizado por la *Mass Communication Research* y la visión positiva de la Comunicología Posible.

* Universidad de Sevilla. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS): www.compoliticas.org

Básicamente, la Escuela de Frankfurt:

1. Sienta las bases materialistas de la crítica histórico-social de la Comunicación, cuestionando el mediocentrismo en virtud de una Teoría de la Mediación que concebirá el sector periodístico y las industrias culturales como objeto y problema estratégico de la Teoría Social General.
2. Funda el programa de trabajo de la Economía Política de la Comunicación como línea específica de estudios que, con el tiempo, desde Dallas Smythe a Herbert Schiller, pasando por la escuela inglesa (Graham Murdock, Peter Golding, Nicholas Garnham), la corriente francesa (Bernard Miège, Patrice Flichy, Armand Mattelart) y hoy la escuela latina (César Bolaño, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Enrique Sánchez Ruiz) ha venido ilustrando la verdadera naturaleza y función productiva del sistema mediático desde el punto de vista del acceso y control de la ciudadanía.
3. Por otra parte, en coherencia, define problemáticamente el estudio de la ideología como sobredeterminación autónoma del campo cultural y una función motriz fundamentalmente articuladora del proceso histórico de cambio social en el capitalismo maduro.

La Escuela de Frankfurt representa pues el primer esfuerzo heterodoxo relevante, y diríamos que verdaderamente trascendental, de crítica filosófica y cultural de la actividad de los medios de comunicación de masas, desde una lectura variante del marxismo, en la que se rechazará tanto el determinismo mecanicista de la ortodoxia soviética como el positivismo empirista abstracto de la tradición funcional estadounidense de la *Mass Communication Research*, en el intento por comprender, desde un análisis global de los sistemas de mediación informativa, las contradicciones constitutivas de la nueva producción cultural institucionalizada. Y ya sea por la consideración del papel de la filosofía como crítica cultural o por su anticipatoria mirada sobre las formas de producción artificiosa del ocio y del arte en la vida cotidiana, la vasta y compleja obra que nos aportaron al pensamiento y la crítica emancipatoria constituye un importante legado —esto es importante y conveniente reseñarlo— no sólo vigente en el actual sistema de comunicación-mundo, sino además productivo, pues admite apropiaciones plurales justamente por su capacidad de articulación y posibilidades interpretativas, pese a cierta retórica culturalista que, en especial en Iberoamérica, ha terminado reduciendo la lectura y uso productivo del pensamiento crítico sobre la Industria Cultural a tópicos e interpretaciones restrictivas, por una errática y pobre recepción intelectual. A tal

grado que la crítica y la transformación cultural que nos proponen Adorno y Horkheimer ha sido percibida como una forma de trabajo intelectual de puro y estéril teorismo. Pues se decía, y aún hoy se afirma, que, en la ilustración de la dialéctica posesiva de la industria cultural planteada por ambos autores, la espontaneidad estaba vedada, y la mixtura y el placer también. En otras palabras, en su enfoque analítico, allí donde empieza la lectura termina el goce¹.

En esta línea, J.B. Thompson concluye que el análisis de la ideología y la cultura mediada adolece, en la *perspectiva frankfurtiana*, de dos fallas importantes:

1. Horkheimer y Adorno ofrecen una imagen del proceso de recepción y consumo de los productos de la industria cultural excesivamente lineal. “Una cosa es demostrar que los productos de la industria cultural se caracterizan por formatos uniformes, un pseudorealismo y así sucesivamente, y otra es demostrar que, al recibir y consumir tales productos, los individuos se ven forzados a actuar de una manera imitativa y conformista, o a actuar de un modo que sirve en general para atarlos al orden social y para reproducir el statu quo”². La falacia del *internalismo* les lleva a imaginar que las características de un mensaje o producto simbólico pueden tener un efecto directo sobre las audiencias en el momento del consumo.
2. La ideología no es el único factor de reproducción. De acuerdo con Granham, la debilidad de la original aportación teórica de la Escuela de Frankfurt no fue “su incompreensión de la importancia de la base o de lo económico, sino el no haber tomado lo bastante en cuenta la naturaleza económicamente contradictoria del proceso que observaban, por lo que consideraron que la industrialización de la cultura era irresistible y no planteaba conflictos”³.

Esta y otras limitaciones comunes al pensamiento de Adorno y Horkheimer serán en parte eludidas por Walter Benjamin, cuya consideración de la cultura de masas rompe con la linealidad de esquemas cosificados en la relación base/superestructura. Merced a una compleja y productiva conceptualización de la relación

¹ Cfr. Jesús MARTÍNEZ BARBERO, “Memoria narrativa e industria cultural”, en *Comunicación y cultura*, n° 10, UAM-X. México, 1983, pág. 66. Sobre el placer y la cultura en la Escuela de Frankfurt, Armand y Michèle Mattelart hacen una exposición muy ilustrativa en el capítulo “Cultura negativa/cultura afirmativa” de su libro *Pensar los medios*, Madrid: Fundesco, 1987.

² J.B. THOMPSON, *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México: UAM-Xochimilco, 1993, pág. 114.

³ Nicholas GARNHAM, *Capitalism and Communications. Global Culture and the Economics of Information*, Londres: Sage, 1990, pág. 120.

entre objetos culturales y condiciones materiales de producción social, desde una crítica visión estética que señala la relativa desconexión de ambas esferas o niveles de análisis, la recuperación de ediciones originales recientes como “El Libro de los Pasajes” enlaza en la actualidad con muchas de las preocupaciones postestructuralistas habituales en los Estudios Culturales. La contribución de Benjamin ha sido, no obstante, prácticamente marginal –como los trabajos de Siegfried Kracauer– y, por lo general, bastante desconocido en los estudios de Comunicación hasta bien entrada la década de los setenta, por influencia de una crítica y debate teórico sobre los medios excesivamente reduccionista⁴.

Pese a las limitaciones y críticas apuntadas, cabría por ello reivindicar la productividad de sus visiones proyectivas no sólo por su pertinencia y consistente aportación al campo científico de la Comunicología, sino sobre todo por la necesidad de revisión, de análisis y reescritura apropiada de su legado. Hablemos de Capitalismo Cognitivo, Modo de Producción Informacional, Tardocapitalismo o Capitalismo Cultural, de Kracauer y Benjamin a Slavoj Žižek, de Benjamin a Fredric Jameson o Terry Eagleton, de Marcuse a Negri y Hardt, pasando por Foucault y Deleuze o, en especial Félix Guattari, la matriz del concepto y programa científico de estudios sobre la Industria Cultural de la Escuela de Frankfurt, apunta aún hoy dos vías válidas, potentes y, en su proyección estructural, virtualmente transformadoras, de la dialéctica de la comunicación como dominio. A saber:

1. La centralidad de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura como marco teórico fundamental para ilustrar el conocimiento sobre la lógica y evolución de la industria telemática en el contexto de construcción de la Sociedad Global de la Información. La conexión entre los aspectos culturales y comunicativos, los tecnológicos y económicos, y los político-informativos, favorece una comprensión global de la interrelación existente entre los diferentes niveles de la mediación social, merced a una metodolo-

⁴ No incidimos aquí en la aportación original de la obra de Walter Benjamin a los estudios de comunicación y cultura por razones de tiempo y espacio. En su lugar, recomendamos al lector seguir la estela de la historia de las ideas o el hilo rojo de la reapropiación de los conceptos, recepciones y derivas de su trabajo en diversas áreas y teorías de la comunicación colectiva que se van a ir planteando a partir de la recuperación de la obra y significado del autor más creativo y de la actualidad de la Escuela de Frankfurt a partir de los siguientes textos: Walter BENJAMIN, *Imaginación y sociedad*, Madrid: Taurus, 1980; *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid: Taurus, 1973; *El origen del drama barroco alemán*, Madrid: Taurus, 1990; *El libro de los pasajes*, Madrid: Akal, 2007. Cfr. también Terry EAGLETON, *Walter Benjamin o hacia una crítica revolucionaria*, Madrid: Cátedra, 1998, además del propio monográfico de *Constelaciones* (vol. 2, 2010) y de los trabajos de Martín Barbero, Gonzalo Abril, Aníbal Ford y Daniel Cabrera.

gía de análisis estructural adecuada para entender el campo de las transformaciones socioculturales que estamos experimentando. Ahora bien, si la principal aportación del método materialista histórico es la construcción del conocimiento y la teoría social desde la realidad concreta, el modo de concebir e interpretar el mundo debe adaptarse a su configuración. Hoy por ello, la Economía Política de la Comunicación y la Cultura debe replantear sus fundamentos para comprender en su totalidad la hegemonía de la producción inmaterial que, cualitativamente, está transformando las formas de vida, y desde luego la propia comunicación y la cultura en todos los ámbitos de la actividad humana. Concebida como Economía Política del Conocimiento, esta disciplina debe pensar pues hoy la relación entre trabajo y valor a partir del reconocimiento del carácter común y colectivo de toda producción inmaterial. Ahora bien, la constatación de esta idea exige, en consecuencia, una reformulación de nuestra perspectiva de estudio.

2. La determinación del modo de producción del sujeto receptor como consumidor capturado y capturable desde la matriz psicoanalítica. Los diferentes planteamientos dentro de esta corriente crítica, desde la Escuela de Frankfurt a la sociología de los emisores de Mattelart, pasando por la perspectiva estructural de Herbert Schiller, la mirada culturalista de los procesos de consumo de Raymond Williams o los análisis integrados sobre la tecnocultura y los ecosistemas de la comunicación iniciados con la Escuela de Palo Alto, han de retomar el programa fuerte del psicoanálisis tal y como evidencian desde Deleuze los señalamientos de Negri, Bifo y otros teóricos críticos sobre la producción de sujetos en el Capitalismo Cognitivo. Ha sido Zizek, en esta línea, quien más y mejor ha apuntado, después de Adorno y Horkheimer, la idea originariamente frankfurtiana sobre la necesidad de pensar la industria cultural como un problema de producción del Deseo. Esta lectura anticipatoria hoy debe ser actualizada, con Lacan, para revertir los procesos de control mediatizado de la cultura global. Más aún, cuando el plus-valor hoy se produce a base de la extracción de las energías mentales de los trabajadores, mucho más que de sus energías físicas. La virtualización de los espacios públicos y los mundos de vida y la extensión de la lógica biopolítica, directa e indirectamente, convierte el dominio del conocimiento o, en un sentido amplio, los sistemas de producción y conformación de

sentido, en dispositivos estratégicos de control y cambio social. Se produce en esta nueva lógica de producción la denominada por Paolo Virno “ambivalencia del desencanto”, “una abstracción real, un espacio público de cooperación, una intelectualidad de masas depositaria de saberes no separables del conjunto de los sujetos vivos. En este espacio, político en un sentido fuerte, la presencia del otro es a la vez instrumento y objeto del trabajo. La actividad sin obra, que reposa sobre el *general intellect*, entendido como aptitudes generales del espíritu –facultad de lenguaje, disposición al aprendizaje, capacidad de abstracción y de puesta en relación, acceso a la autorreflexión–, deviene una acción en concierto” (Moulier Boutang, 2004: 34). Por ello, al hablar de la comunicación, la producción inmaterial y el conocimiento no podemos eludir las contradicciones Capital/Trabajo, y más específicamente, las contradicciones cualitativas existentes entre las fuerzas productivas (energía) y las relaciones de producción (información) –dicho en términos de Jesús Ibáñez– que definen los modernos sistemas de organización social. Tales relaciones estructurales determinan las complejas formas de interacción entre la ciencia y la técnica aplicadas a la producción y el paro estructural, definen las relaciones entre el crecimiento económico y los desequilibrios territoriales y sectoriales, entre el nivel de vida y la calidad de la misma, entre la internacionalización y concentración de los poderes económicos y los estados nacionales, y por último y no por ello menos importante, entre los derechos humanos y la realidad sociopolítica y cultural a uno y otro lado del centro y la periferia del sistema global. De ahí la necesidad de su estudio y análisis crítico, pero sobre todo de su transformación política. Y ello es imposible sin un enfoque centrado en la producción del Deseo desde la Comunicación.

En otras palabras, el legado de la Escuela de Frankfurt no es otro que tratar de pensar y concebir el modo de producción no sólo como una configuración económica particular, sino más bien como un conjunto de formas de vida, como la producción de la cultura como estilo de vida total, en el sentido de Raymond Williams. La pertinencia y actualidad de este modo de construcción del objeto de la Comunicología es indiscutible. Más aún cuando, como escribe Virno, la crisis de la división de la experiencia humana de trabajo, política y conocimiento ha sido trascendida en la denominada Sociedad del Espectáculo.

La creciente privatización de los espacios públicos y la inversión de lo privado, al ser politizados los mundos de vida y los espacios de lo íntimo con la difusión extrovertida de los medios y sus escenarios de proliferación televisual, vuelve a situar sobre el debate público muchas de las ideas anticipatorias del artículo fundacional de la Escuela Crítica. Hoy, como antaño Adorno y Horkheimer, volvemos a preguntarnos desde qué bases y perspectivas se puede activar el poder de la crítica y los dispositivos emancipadores, qué alternativas tenemos para la acción transformadora, o cómo pueden ser reorientados los medios y tecnologías de la información en un sentido democrático en la nueva era del Comunismo Digital.

Nunca como hoy la potencia creativa y el poder de información han estado tan socializados con los nuevos entornos telemáticos, pero también nunca tanto como en este tiempo que nos ha tocado vivir el control y concentración de los medios de producción y representación social han sido tan intensos y extendidos a lo largo y ancho del planeta.

Las certezas en este escenario son pocas. La historia está abierta. Quizás la única y meridiana claridad posible, es que hay que volver a lo concreto, y recordar que sólo podemos caminar sobre los hombros de gigantes. Sería el momento, en fin, de repensar a los clásicos. Y hacer memoria. Construir en común desde nuestros referentes con autores que, como Adorno y Horkheimer, nos enseñaron a leer y mirar de otro modo. Somos de la idea de que, sin lectura, no es posible la reescritura de la historia, ni la lógica del palimpsesto. Esto y no otra cosa es la Adaptación Creativa de la resistencia y la economía moral de la multitud. Este es el alfa y omega de las culturas populares, y el mandato para una Teoría de la Comunicación Liberadora.

Es tiempo pues de reivindicar una obra olvidada y negar la negación de un pensamiento propio para el cambio de las mediaciones sociales. Aquí y ahora.

BIBLIOGRAFÍA

- BOLAÑO, César (2000): *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, Sao Paulo: Hucitec/Pólis.
- BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (Eds.) (2005): *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, Buenos Aires: La Crujía.
- BOUTANG, Y. Moulier et al (2004): *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.

- CAÑADA, M. y ORIHUELA, A. (2005): "Conocimiento colectivo, memoria de lo común" en VV.AA.: *Creación e inteligencia colectiva*, Sevilla: ZEMOS 98.
- GUATTARI, Félix, F. (2004): *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- HERMAN, Edward y Robert McCHESNEY (1999): *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid : Cátedra.
- HERMAN, Edward (1999): *The myth of the liberal media*, Nueva York: Peter Lang.
- HERNÁNDEZ, Daniel (Comp.) (2004): *Crítica de la Economía Política. Comunicación, cultura y Sociedad de la Información*, Caracas: Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valerio; BENVENUTO, Álvaro (Orgs.) (2005): *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*, Salvador de Bahía: UFBA.
- MURDOCK, Graham (1988): *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*, México: Premiá Editora.
- QUIRÓS, F. et SIERRA, F. (Coords.) (2001) : *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.
- SIERRA, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*, Barcelona: Gedisa.
- SIERRA, Francisco (2011): "Consumo cultural y poder mediático" en Luis Alfonso ALBORNOZ (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación*, Buenos Aires: Paidós.
- VIRNO, Paolo (2003): *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*, Madrid: Traficantes de Sueños.