

Congreso de Educación Física y Ciencias

14º Argentino, 9º Latinoamericano, 1º Internacional

18 al 23 de octubre y del 1 al 4 de diciembre 2021

Elementos para una crítica de la diversión en W. Benjamin y Th. Adorno

Inés Scarlato
ISEF/Udelar, Uruguay
iscarlato.isef@gmail.com

Resumen

Este trabajo¹ expone elementos que se dirigen a construir una crítica de la diversión, que permita pensar e interpelar su lugar en la cultura contemporánea. Para ello, se trabaja a partir de formulaciones de Theodor W. Adorno y Walter Benjamin que, de un modo disperso y poco sistemático en sus obras, aportan elementos significativos para el objetivo aquí propuesto.

Palabras clave: diversión, industria cultural, fruición, recepción táctil, actitud crítica.

Industria cultural: diversión organizada

El concepto de industria cultural es formulado en *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos Filosóficos* (1944-47) por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer una vez abandonada la expresión cultura de masas, en tanto esta última producía el efecto de pensar que se trata de una cultura que surge espontáneamente de las masas, una especie de arte popular (Adorno, 1967). Años después del ascenso nazi, Horkheimer migra a Estados Unidos donde procura revincular a Adorno al Instituto de Investigación Social. En 1938 Adorno consigue formalizar un trabajo de medio tiempo en *Radio Research Project*, dirigida por el sociólogo vienés Paul Lazarsfeld, donde se buscaba analizar los efectos de los mensajes radiofónicos sobre los

¹ Se trata de una primera aproximación al tema de la diversión en el marco del desarrollo de la tesis doctoral en el Programa de Ciencias de la Educación de la UNLP, Argentina, con la tutoría de Emiliano Gambarotta y Alexander Fernández Vaz. Así mismo, el trabajo se inscribe en los problemas del Grupo de investigación *Educación, Sociedad y Tiempo libre* (ISEF/Udelar, Uruguay).

oyentes, así como las razones por las cuales la gente escuchaba la radio (Cabot, 2010; Deorta, 2018). Este enfrentamiento cara a cara con una sociología positivista empírica volcada al mercado y al servicio de las crecientes industrias del entretenimiento, marca profundamente los análisis críticos de Adorno, así como a la devenida formulación, junto a Horkheimer, de la categoría de industria cultural. En 1940, Adorno obtiene un cargo de dedicación total en el IIS trasladado a California, donde comienza a trabajar junto a Horkheimer en esta obra.

La industria cultural implica para estos autores la configuración de un sistema que confecciona organizada y racionalmente los productos para el consumo de las masas y que determina en gran medida ese consumo: “la industria cultural es la integración deliberada de sus consumidores, en su más alto nivel” (Adorno, 1967, p. 9). Las masas no son más que un elemento de cálculo para esta maquinaria, no son sujeto sino su objeto. Se trata de una producción industrial de mercancías culturales al servicio de los económicamente más fuertes, donde el público-consumidor es el “material estadístico” para organizar y clasificar dichos productos (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 168).

A diferencia del arte, que se tornaba mercancía como propia dinámica de supervivencia del artista, los productos de la industria cultural son producidos ya como mercancía, no hay nada más allá de su encarnación en ella, de su valor en tanto equivalencia. Esta equiparación de todo producto cultural que marca la indistinción entre arte, cultura y diversión, implica una lógica de tiempo subsumida a los parámetros del trabajo asalariado. De este modo, lejos de ser inocua, este sistema de pseudocultura reproduce las lógicas de dominio necesarias para el trabajo industrial. Los productos de la industria cultural, destinados a completar el tiempo de vida fuera del trabajo, no hacen otra cosa que reproducir la pseudoindividualidad (o negación del individuo) necesaria para este. Así es que llegara a afirmarse que:

La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío. Es buscada por quien quiere sustraerse al proceso de trabajo mecanizado para poder estar de nuevo a su altura, en condiciones de afrontarlo. Pero, al mismo tiempo, la mecanización ha adquirido tal poder sobre el hombre que disfruta del tiempo libre y sobre su felicidad, determina tan íntegramente la fabricación de los productos para la diversión, que ese sujeto ya no puede experimentar otra cosa que las copias o reproducciones del mismo proceso de trabajo. El supuesto contenido nos es más que una pálida fachada; lo que deja huella realmente es la sucesión automática de operaciones reguladas. Del proceso de trabajo en la fábrica y en la oficina solo es posible escapar adaptándose a él en el ocio. De este vicio adolece, incurablemente, toda

diversión. El placer se petrifica en aburrimiento, pues para seguir siendo tal no debe costar esfuerzos y debe por tanto moverse estrictamente en los raíles de las asociaciones habituales. El espectador no debe necesitar ningún pensamiento propio: el producto prescribe toda reacción, no en virtud de su contenido objetivo (que se desmorona en cuanto implica al pensamiento), sino a través de señales. Toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada. (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 181-182)

El imperativo de la diversión que denuncia Adorno es aquella diversión que impide la actividad pensante del espectador, a quien conduce mediante la sucesión continua y acelerada de estímulos, manteniéndolo en las habituales asociaciones que sostienen el mundo que habita. Este mecanismo que induce a la pasividad del espectador frente a los productos de la industria cultural opera de forma activa, efectuando un trabajo de desindividualización: “la cantidad de la diversión organizada se convierte en la calidad de la crueldad organizada”. Estas escenas, tan características de los dibujos animados, convierten la distracción en esfuerzo, esfuerzo por acostumbrar los sentidos a los maltratos de la vida en sociedad:

Si los dibujos animados tienen otros efectos, además del de acostumbrar los sentidos al nuevo ritmo del trabajo y de la vida, es el de martillar en todos los cerebros la vieja sabiduría de que el continuo maltrato, el quebrantamiento de toda resistencia individual, es la condición de vida en esta sociedad. El Pato Donald en los dibujos animados, como los desdichados en la realidad, reciben sus golpes para que los espectadores aprendan a habituarse a los suyos. El placer en la violencia que se hace al personaje se convierte en violencia contra el espectador, y la distracción se transforma en esfuerzo. Al ojo fatigado no debe escapar nada que los expertos hayan pensado como estimulante; no se debe uno mostrar en ningún momento ingenuo ante la astucia de la representación; es preciso poder seguir en todo el hilo y dar muestras de esa rapidez de reflejos que la representación expone y recomienda. Con lo cual se puede dudar de si la misma industria cultural cumple aún la función de divertir, de la que abiertamente se jacta (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 183).

La diversión se convierte en esfuerzo, trabajo para olvidar el dolor y el sufrimiento que el mundo ofrece, y acostumbrarse a la vida que nos toca vivir. De aquí que, en estas formulaciones, la diversión opera también como distracción, conteniendo un elemento profundamente conformista, de aceptación y afirmación del mundo tal y como se nos presenta.

Reproductibilidad técnica y la masa. Recepción táctil: fruición y actitud crítica.

Este elemento de cierto acostumbramiento o adaptación de los sentidos a la técnica, donde la diversión cumple un papel importante, ya estaban presente en las formulaciones de Walter

Benjamin de la década de 1930, con algunas connotaciones que difieren a las adonianas. La vida en la ciudad, los nuevos ritmos que esta impone, implican una adaptación sensorial a las nuevas condiciones técnicas. La prensa, la radio, el cine son algunas de estas novedades técnicas que ponen a jugar mecanismos de adaptación de los sentidos y entrenamiento para la vida en las grandes metrópolis. Estos medios técnicos, caracterizados por su reproductibilidad, en tanto capacidad o potencia de reproducir, se tornan campos en disputa pasibles de tornarse potentes instrumentos políticos. En *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1935-36), Benjamin analiza el modo en que las nuevas formas de producción y reproducción técnica del arte lleva consigo una transformación de los modos de relacionarse con éste.

La instalación en el siglo XIX de la reproducción técnica, anticipada en el período medieval por la xilografía, produce una quiebre respecto de la lógica tradicional de producción de una obra de arte como pieza única y auténtica. No se trata ya de una obra que puede ser copiada, pero conserva su referencia respecto del original, sino de un arte que es producido prescindiendo del original. Tal es el caso de la imprenta, la litografía, la fotografía, que alcanza su esplendor con la instalación del cine como expresión del siglo XX. Esta pérdida de la obra auténtica produce una ruptura respecto a la tradición que ese objeto/cosa, en tanto único y original, transmitía consigo: “lo que hace la autenticidad de una cosa es todo lo que resulta transmisible en su origen, desde su duración material hasta su condición de testimonio histórico” (Benjamin, 2011, p. 11).

La técnica de la reproducción rompe con esta tradición del objeto, haciéndolo accesible mediante su reproducción masiva, poniéndolo al alcance del público. Esto es asociado por Benjamin con la atrofia del aura -“manifestación única de una lejanía (por cercana que pueda estar)- un “aquí y ahora” (*hic et nunc*) que es irreproducible.

Para las masas actuales, <acercar> espacial y humanamente las cosas hacia sí es un deseo tan apasionado como su tendencia a superar el carácter único de cada fenómeno por medio de su reproducción. Día a día se vuelve más imperiosa la necesidad de apropiarse de los objetos en la máxima cercanía, a través de la imagen, o más bien a través de su reflejo, la reproducción. (Benjamin, 2011, p. 14)

El valor cultural, que priorizaba la existencia del objeto en función de su uso ritual, más que el ser visto o valorado como artístico, deja paso a la primacía del valor de exhibición y, con

esto, modifica sustancialmente las formas de recepción. “A medida que las disciplinas artísticas se emancipan del uso ritual, aumentan las oportunidades de exponer sus productos” (p. 20). Este predominio del valor de exhibición, le atribuyen nuevas funciones al arte.

El fin del arte aurático, producido por las formas de reproducción técnica, contiene su lado “destructivo” en tanto desconexión con ese *hic et nunc* que desvincula a la obra de su tradición, dando lugar al fetichismo de la obra en tanto que mercancía. Esto que habría dado lugar, al surgimiento del *l’art pour l’art* como pretensión de conservación de un arte puro. Sin embargo, desde la perspectiva de Benjamin, es esta misma desritualización del arte, mediada por las formas de reproducción artística, lo que contiene una potencia política. La realización de esta potencia, lejos de estar asegurada para cobrar un sentido revolucionario – más aún, la historia habría mostrado la tendencia contraria-, implica estar a la altura de las condiciones técnicas de su tiempo.

A partir de aquí, Benjamin trabaja en torno a esta potencia revolucionaria contenida en el cine, como expresión del alcance masivo de la reproductibilidad técnica que puede operar como formador de las masas para estar a la altura de su tiempo. Esto se asocia con una transformación de la forma de recepción de la obra de arte por parte de la masa:

La reproducción técnica de la obra de arte transforma la actitud de las masas en relación con el arte. De una actitud de lo más retrógrada, por ejemplo ante un Picasso, pasa a una más progresista, por ejemplo ante Chaplin. La conducta progresista se caracteriza por el hecho de que el placer de mirar y de vivir una experiencia establecen una conexión íntima e inmediata con la actitud de un conocedor en la materia. Dicha conexión tiene una importancia social clave. Como es notorio en el caso de la pintura, cuanto más disminuye el significado social de un arte, tanto más se disocian en el público la actitud crítica y el goce estético. Lo convencional se disfruta sin mediar crítica alguna, mientras se critica con disgusto lo verdaderamente nuevo. En el cine, en cambio, coinciden en el público la actitud crítica y el goce estético. (Benjamin, 2011, p. 37)

Esa contemplación individual, colectiva y simultánea, así como los recursos técnicos de la cámara cinematográfica, permitirían una mejor aprehensión y análisis del material, que no serían incompatibles con la actitud de distracción: “la masa distraída incorpora en sí la obra de arte” (p. 47). Así como con la arquitectura, se produce una recepción que trasciende la

dimensión óptica de quien contempla, para incorporar la dimensión táctil, asociada al uso, al hábito, a la costumbre:

Hasta el distraído es capaz de habituarse. Es más: sólo se logra resolver determinadas tareas en estado de distracción cuando su solución se ha transformado en un hábito (...) La recepción en estado de distracción, cada vez más visible en todos los campos del arte, síntoma de una profunda transformación en la percepción, ha encontrado en el cine el instrumento que mejor se presenta a su ejercicio. Por su efecto de shock, el film favorece ese modo de recepción. El film no hace retroceder el valor cultural por el hecho de haber transformado al público en un experto, sino también por el hecho de que la actitud examinadora no le exige ningún esfuerzo de atención al espectador. Aún distraído, el público es un examinador (Benjamin, 2011, p. 48)

Estas formulaciones de Benjamin permiten pensar un lado productivo de esta actitud frutiva, dispersa, que no elimina la posibilidad de una distancia crítica respecto del material, más aún, permitiría mediante la percepción táctil, el hábito, alcanzar una actitud examinadora del semi-experto.

Reflexiones preliminares

El tema de la diversión, presente de un modo poco sistemático en ambos autores, parece cobrar vitalidad en el escenario del capitalismo contemporáneo que toma estos elementos atinentes a lo emocional como nuevas mercancías que modifican sustancialmente esferas de la producción, de la vida privada y de la esfera pública (Illouz, 2019). El pasaje del “ascetismo formador” a un “ascetismo hedonista” en el marco de una cultura del nuevo capitalismo (Gambarotta, inédito) toma a la diversión como valor agregado, ya no solo para el tiempo libre y toda una industria organizada en torno a este, sino también para la esfera del trabajo que se esfuerza por parecerse al primero. Las formulaciones de Benjamin y Adorno permiten pensar las implicancias y consecuencias del imperativo de la diversión. Por un lado, las formulaciones de Adorno sobre la diversión, asociada a la lógica de la industria cultural, anulan toda posibilidad de distancia crítica respecto al material. La diversión opera como mecanismo anestésico y amnésico para afirmar y sostener el mundo desigual existente. Las formulaciones de Benjamin, donde el tema de la diversión está menos presente, nos permite pensar un carácter frutivo, una relación de distracción en el uso y familiaridad para

con los productos culturales, que no elimina, por el contrario, posibilita una distancia crítica del conocedor, semi-experto.

Referencias

- Adorno, T. W. (1967). La industria cultural. En Adorno, T. W. y Morin, E. (eds.) (1967). *La industria cultural* (pp. 7-20). Buenos Aires: Galerna.
- Benjamin, W. (2011 [1935-1936]). *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*. Buenos Aires, Argentina: El cuenco de plata.
- Cabot, M. (2010). La estética es ya sociología. La dimensión sociológica de la teoría estética de Th. W. Adorno. *Arxius de Ciencias Sociales*, (22), 37-46.
- Deorta, I. (2018). *Ilustración y regresión (posibilidad de resistencia crítica desde la subjetividad dañada en Th. W. Adorno)* [tesis de maestría], FHCE-Udelar.
- Gambarotta, E. (inédito). Un nuevo ascetismo, un viejo sacrificio.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. W. (2009 [1947]). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Illouz, E. (2019) *Capitalismo, consumo y autenticidad*. Las emociones como mercancía. Buenos Aires: Katz.