

La investigación de la comunicación de masas

Mauro Wolf

1.6 La teoría crítica

La «teoría crítica» representa el abogado del diablo de muchas *communication research*, la *pars destruens* del tipo de conocimiento que se iba elaborando trabajosamente en ámbito «administrativo».

Como se ha dicho en la introducción, un tema importante en el debate sobre la crisis de los estudios mediológicos es el contraste entre investigación administrativa y teoría crítica: contraste problemático y forzado, sobre el que vale la pena volver, tras haber ilustrado algunos aspectos fundamentales de la teoría crítica.

1.6.1 Rasgos generales de la teoría crítica

La «teoría crítica» se identifica históricamente con el grupo de estudiosos del Institut für Sozialforschung de Francfort: fundado en 1923, se convirtió en seguida en un centro significativo adquiriendo su identidad definitiva con el nombramiento de Max Horkheimer como director. Con la llegada del nazismo, el Instituto (ya entonces conocido como la Escuela de Francfort) se ve obligado a cerrar y sus principales representantes emigran (primero a París, luego a varias universidades americanas, finalmente al Institute of Social Research de Nueva York). Tras abrir de nuevo sus puertas en 1950, el Instituto reanuda las actividades de estudio e investigación siguiendo el planteamiento teórico que le había caracterizado desde el principio y que había constituido su originalidad, es decir, el intento de acompañar la actitud crítica respecto a la ciencia y a la cultura con la propuesta política de una reorganización racional de la sociedad, capaz de superar la crisis de la razón.

La identidad central de la teoría crítica se configura por un lado como construcción analítica de los fenómenos que investiga, por otro lado, simultáneamente, como capacidad de referir dichos fenómenos a las fuerzas sociales que los determinan. Desde este punto de vista, la investigación social practicada por la teoría crítica se propone como teoría de la sociedad entendida como un todo: de ahí la polémica constante contra las disciplinas sectoriales, que se especializan y que diferencian progresivamente distintos campos de competencia. Al obrar así estas últimas –vinculadas a la propia corrección formal y subordinadas a la razón instrumental– se encuentran desviadas de la comprensión de la sociedad como totalidad, y acaban desarrollando una función de conservación del orden social existente.

La teoría crítica pretende ser todo lo contrario, quiere evitar la función ideológica de las ciencias y de las disciplinas sectorializadas.

Lo que para estas últimas son «datos de hecho», para la teoría crítica son productos de una específica situación histórico-social: «los hechos que nos transmiten los sentidos se hallan socialmente prefigurados de dos maneras: a través del carácter histórico del objeto percibido y del carácter histórico del órgano perceptivo. Ninguno de los dos es meramente natural, sino que se han formado a través de la actividad humana» (HORKHEIMER, 1937, 255, citado en RUSCONI, 1968).

Al denunciar en la separación y oposición entre individuo y sociedad el resultado histórico de la división de clases, la teoría crítica afirma su propia orientación hacia la crítica dialéctica de la economía política. El punto de partida de la teoría crítica es por tanto el análisis del sistema de la economía de intercambio: «desocupación, crisis económica, militarismo, terrorismo; la condición de las masas –tal como es experimentada por ellas mismas– no se basa en las reducidas posibilidades técnicas, como pudo ocurrir en el pasado, sino en las relaciones productivas que han dejado de ser adecuadas a la situación actual» (HORKHEIMER, 1937, 267).

Entre las adquisiciones fundamentales del materialismo marxiano, la originalidad de los autores de la Escuela de Francfort (desde Horkheimer a Adorno, desde Marcuse a Habermas) consiste en abordar las nuevas temáticas que recogen las dinámicas propias de la sociedad de la época, como por ejemplo el autoritarismo, la industria cultural, la transformación de los conflictos sociales en las sociedades altamente industrializadas. «A través de los fenómenos superestructurales de la cultura o del comportamiento colectivo, la “teoría crítica” intenta penetrar el sentido de los fenómenos estructurales, primarios, de la sociedad contemporánea, el capitalismo y la industrialización» (RUSCONI, 1968, 38).

Desde esta perspectiva –según la teoría crítica– toda ciencia social que se reduce a mera técnica de análisis, de recogida, de clasificación de los datos «objetivos» se niega la posibilidad de verdad, por cuanto programáticamente ignora las propias mediaciones sociales. Hay que «liberarse de la pobre antítesis de estática y dinámica social que se manifiesta en la actividad científica, en primer lugar como antítesis de doctrina conceptual de la sociología formal por una parte, y empirismo sin conceptualización por otra» (HORKHEIMER-ADORNO, 1956, 39).

La teoría crítica se propone realizar lo que a la sociedad siempre se le escapa o siempre posterga, es decir, una teoría de la sociedad que implique una valoración crítica de la propia elaboración científica.

La sociología se convierte en crítica de la sociedad desde el momento en que no se limita a describir y ponderar las instituciones y los procesos sociales, sino que los compara, con este sustrato, a las vidas de los individuos sobre los que se levantan las instituciones y que, a través de distintas formas, las constituyen. Cuando la reflexión sobre lo que pueda ser la «sociedad» pierde de vista la tensión entre institución y vida, e intenta por ejemplo resolver lo social en lo natural, no realiza un esfuerzo de liberación de la constricción de las instituciones, sino que al contrario corrobora una segunda mitología, la ilusión idealizada de cualidades originarias, de las que dependería lo que precisamente surge a través de las instituciones sociales (HORKHEIMER-ADORNO, 1956, 36).

O, como dice más enfáticamente Marcuse,

los fines específicos de la teoría crítica son la organización de la vida en la que el destino de los individuos dependa no del azar y de la ciega necesidad de incontroladas relaciones económicas, sino de la programada realización de las posibilidades humanas (MARCUSE, 1936, 29, citado en RUSCONI, 1968).

La presentación del pensamiento complejo y multiforme de los autores de la Escuela de Francfort en este libro sólo podrá ser muy sintética y estará centrada sobre todo en los temas más cer-

canos al argumento de los mass media. Así pues, éste no es más que el marco de fondo en el que se sitúan los elementos de una teoría crítica de los media, el primero de todos los análisis de la industria cultural.

1.6.2 La industria cultural como sistema

El término «industria cultural» es empleado por HORKHEIMER y ADORNO por primera vez en la *Dialéctica de la Ilustración* (texto comenzado en 1942, publicado en 1947): en este libro se ilustra la «transformación del progreso cultural en su contrario», sobre la base de análisis de fenómenos sociales característicos de la sociedad americana entre los años treinta y cuarenta. En los apuntes precedentes a la redacción definitiva de la *Dialéctica de la Ilustración* se utilizaba el término «cultura de masas». La expresión fue sustituida por «la de industria cultural, para eliminar desde el principio la interpretación más corriente, es decir, que se trata de una cultura que surge espontáneamente de las propias masas, de una forma contemporánea de arte popular» (ADORNO, 1967, 5).

La realidad de la industria cultural es totalmente distinta: «film, radio y semanarios constituyen un sistema. Cada sector aparece armonizado en sí mismo y todos entre sí» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 130). De este sistema los que trabajan en él suministran explicaciones y justificaciones en clave tecnológica: el mercado de masas impone estandarización y organización: los gustos del público y sus necesidades imponen estereotipos y baja calidad. Y, sin embargo, precisamente en «este círculo de manipulación y de necesidad que se deriva de él, la unidad del sistema se estrecha cada vez más. La racionalidad técnica, hoy, es la racionalidad del propio dominio» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 131). La estratificación de los productos culturales según su calidad estética o su compromiso es perfectamente funcional a la lógica de todo el sistema productivo: «el hecho de ofrecer al público una jerarquía de calidades en serie sólo sirve para la cuantificación más total» (*ibíd.*): bajo las diferencias, subsiste una identidad de fondo, apenas enmascarada, la del dominio que la industria cultural persigue sobre los individuos: «lo que ésta ofrece como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas de algo siempre idéntico; el cambio enmascara un esqueleto, en el que es tan poco lo que cambia como en el mismo concepto de beneficio, desde que éste ha conquistado el predominio sobre la cultura» (ADORNO, 1967, 8). En el sistema de la industria cultural el proceso de trabajo integra todos los elementos, «desde la trama de la novela que ya está pensada para una película hasta el último efecto sonoro» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 134): los cineastas consideran con recelo cualquier manuscrito que no permita adivinar tras él un tranquilizador best-seller.

Evidentemente este sistema condiciona totalmente la forma y el papel del proceso de fruición y la calidad del consumo, así como la autonomía del consumidor. Cada una de estas instancias es englobada en la producción. «Kant anticipó intuitivamente lo que ha sido realizado conscientemente sólo por Hollywood: las imágenes son censuradas por adelantado, en el mismo acto de su producción, en conformidad con los modelos del intelecto según el cual deberán ser contempladas» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 93). La máquina de la industria cultural rueda sobre sí misma: ella es quien determina el consumo y excluye todo lo que es nuevo, lo que se configura como un riesgo inútil, al haber concedido la primacía a la eficacia de sus productos.

1.6.3 *El individuo en la época de la industria cultural*

En la era de la industria cultural el individuo ya no decide autónomamente: el conflicto entre impulsos y conciencia se resuelve con la adhesión acrítica a los valores impuestos: «lo que antes los filósofos llamaban vida se ha reducido a la esfera de lo privado y luego del puro y simple consumo, que ya no es más que un apéndice del proceso material de la producción, sin autonomía y sustancia propias» (ADORNO, 1951, 3).

El hombre está en manos de una sociedad que le manipula a su antojo: «el consumidor no es soberano, como la industria cultural desearía hacer creer, no es su sujeto sino su objeto» (ADORNO, 1967, 6).

Aunque los individuos crean sustraerse, en su tiempo de no-trabajo, a los rígidos mecanismos productivos, en realidad la mecanización determina hasta tal punto la fabricación de los productos de ocio que lo que se consume son sólo copias y reproducciones del propio proceso de trabajo. «El pretendido contenido es tan sólo una pálida fachada; lo que se imprime es la sucesión automática de operaciones reguladas. Del proceso de trabajo en la fábrica o en la oficina sólo se puede escapar adecuándose al mismo en el ocio» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 148).

De esta continuidad se deriva que a medida que las posiciones de la industria cultural se hacen más sólidas y estables, más puede actuar esta última sobre las necesidades del consumidor, dirigiéndolas y disciplinándolas. La totalidad del proceso social se pierde irremediabilmente de vista, es ocultada: la apología de la sociedad está intrínsecamente unida a la industria cultural. «Divertirse significa estar de acuerdo [...]; significa cada vez: no pensar en ello, olvidar el dolor también allí donde es mostrado. En su base está la impotencia. Es, efectivamente, fuga: no, como pretende, fuga de la desagradable realidad sino de la última idea de resistencia que la realidad pueda haber dejado todavía. La liberación prometida por el *amusement* es la del pensamiento como negación. La impudicia de la exclamación retórica: “¡hay que ver lo que quiere la gente!” es la de remitirse, como a sujetos pensantes, a la misma gente a la que, como tarea específica han despojado de la subjetividad» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 156).

La individualidad es sustituida por la pseudoindividualidad, el sujeto se halla vinculado a una identidad sin reservas con la sociedad. La ubicuidad, la repetitividad y la estandarización de la industria cultural hacen de la moderna cultura de masas un medio de inaudito control psicológico. Si «en el siglo XVIII el propio concepto de cultura popular, dirigido a la emancipación de la tradición absolutista y semifeudal, tenía un significado de progreso, acentuando la autonomía del individuo como ser capaz de tomar sus decisiones» (ADORNO, 1954, 383), en la época actual la industria cultural y una estructura social cada vez más jerárquica y autoritaria convierten el mensaje de una obediencia irreflexiva en el valor dominante y avasallador.

Cuanto más indiferenciado y difuso parece ser el público de los modernos mass media, más los mass media tienden a obtener su «integración». Los ideales de conformismo y de formalismo iban ligados a las novelas populares desde sus comienzos. Ahora, sin embargo, estos ideales han sido traducidos más bien en concretas prescripciones de lo que se debe y no se debe hacer. La explosión de los conflictos está preestablecida y todos los conflictos son meras imitaciones. La sociedad triunfa siempre y el individuo es sólo una marioneta manipulada por las normas sociales (ADORNO, 1954, 348).

La influencia de la industria cultural, en todas sus manifestaciones, lleva a alterar la misma individualidad del usuario: éste es como el prisionero que cede a la tortura y acaba por confesar cualquier cosa.

Algo similar ocurre con la resistencia del oyente [de música ligera o popular], como resultado de la enorme cantidad de fuerza que actúa sobre él. Así, la desproporción entre la fuerza de cada individuo y la estructura social concentrada que pesa sobre él, destruye su resistencia y simultáneamente incorpora una mala conciencia a causa de su voluntad de resistir en cualquier caso. Cuando la música ligera es repetida con tal intensidad que aparece no ya como un medio sino más bien como un elemento intrínseco del mundo natural, la resistencia asume un aspecto distinto porque la unidad de la individualidad comienza a romperse (ADORNO, 1941, 44).

1.6.4 La calidad de la fruición de los productos culturales

Los productos de la industria cultural, «a partir del más típico, el film sonoro, paraliza [imaginación y espontaneidad] por su propia constitución objetiva. Están hechos de forma que su aprehensión adecuada exige por supuesto rapidez de intuición, dotes de observación, competencia específica, pero a la vez prohíbe la actividad mental del espectador, si éste no quiere perderse los hechos que pasan rápidamente ante sus ojos» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 137).

Fabricados expresamente para un consumo distraído, no comprometido, estos productos reflejan, en cada uno de ellos, el modelo del mecanismo económico que domina el tiempo del trabajo y el del no-trabajo. Cada uno de ellos reproponen la lógica de la dominación que no podría inscribirse como efecto de cada fragmento, pero que en cambio es propia de toda la industria cultural y del papel que ésta ocupa en las sociedades industriales cada vez más avanzadas.

El espectador no debe utilizar su cabeza, el producto prescribe todas las reacciones: no por su contexto objetivo –que se desmorona apenas se dirige a la facultad pensante– sino a través de señales. Cualquier conexión lógica, que requiera olfato intelectual, es escrupulosamente evitada (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 148).

Mientras que en las novelas populares de Alejandro Dumas o de Sue la moral de la historia se veía continuamente entrecruzada por tramas aparentemente sin ninguna importancia que proliferaban hasta el infinito, y los lectores podían dejarse arrastrar en este sorprendente juego narrativo, en la actualidad ya no es así:

todo espectador de una película policíaca televisiva sabe con absoluta certeza cómo se llega al final. La tensión se mantiene sólo superficialmente y ahora es imposible obtener un serio efecto. Al contrario, el espectador siente que viaja en un tren seguro durante todo el tiempo (ADORNO, 1954, 381).

Esto ocurre también en el terreno de la música ligera: su audición «no está manipulada únicamente por sus promotores sino en cierto sentido también por la naturaleza intrínseca de la propia música, en un sistema de mecanismos de respuesta completamente antagónicos al ideal de individualidad propio de una sociedad libre» (ADORNO, 1941, 22).

La música ligera o popular es producida de tal forma que el proceso de traducción de la unicidad en una norma está ya enteramente planificado y alcanzado en la misma composición. «La composición escucha por el oyente. De esta forma la música ligera despoja al oyente de su espontaneidad y favorece reflejos condicionados» (ADORNO, 1941, 22). Se parece en todo y por todo a un cuestionario de elección múltiple en el que quien lo rellena está limitado por alternativas muy concretas y preestablecidas. Mientras que en la música clásica todos los elementos de reconocimiento están organizados en una totalidad única en la que adquieren sentido –así como en una poesía cada palabra adquiere su significado propio a partir de la unidad y totalidad de la

poesía y no de su uso cotidiano (aunque el reconocimiento del significado denotativo en dicho uso es un requisito de la comprensión de su significado en la poesía)–, en la música ligera «es precisamente esta relación entre lo que es reconocido y lo que es nuevo lo que es destruido. El reconocimiento se convierte en un fin en lugar de ser un medio [...] En ella reconocimiento y comprensión deben coincidir, mientras en la música seria la comprensión es el acto mediante el cual el reconocimiento lleva a comprender algo fundamentalmente nuevo» (ADORNO, 1941, 33).

En una fruición de este tipo, el lenguaje de la música «es transformado por procesos objetivos en un lenguaje que los que escuchan creen que es el suyo propio, en un lenguaje que sirve de receptáculo para sus necesidades institucionalizadas. Cuanto menos creen que la música es un lenguaje *sui generis*, más ésta es utilizada como un receptáculo. La autonomía de la música queda frecuentemente reemplazada por una mera función socio-psicológica» (ADORNO, 1941, 39).

No es sólo la música, evidentemente, la que sufre una pérdida de expresividad: una especie de *easy listening* se produce también en los demás lenguajes. Si la «lectura como acto de percepción y de aprehensión lleva probablemente consigo un cierto tipo de interiorización –el acto de leer una novela se halla bastante cerca de un monólogo interior–, la visualización de los modernos mass media se orienta hacia la exteriorización. La idea de interioridad [...] cede frente a señales ópticas inequívocas que pueden ser aferradas con una mirada» (ADORNO, 1954, 382).

1.6.5 Los «efectos» de los media

Estas son algunas de las características sustanciales de la industria cultural: es evidente que ningún tipo de análisis de los medios de comunicación de masas puede ignorarlas, y mucho menos un análisis de los llamados efectos de los media. El interés por un elemento específico como la televisión y su lenguaje tampoco debe prescindir del contexto económico, social y cultural en el que opera.

La primera constatación que hay que formular es por tanto que «los mass media no son simplemente la suma total de las acciones que describen o de los mensajes que se irradian desde estas acciones. Los mass media consisten también en varios significados que se superponen unos sobre otros: todos colaboran en el resultado (ADORNO, 1954, 384).

La estructura multiestratificada de los mensajes refleja la estrategia de manipulación de la industria cultural:

todo lo que ésta comunica ha sido organizado por ella misma con el fin de seducir a los espectadores simultáneamente a varios niveles psicológicos. El mensaje oculto, en efecto, puede ser más importante que el evidente, ya que este mensaje oculto escapará a los controles de la conciencia, no será evitado por las resistencias psicológicas en los consumos, y probablemente penetrará en el cerebro de los espectadores (*ibíd.*).

Cualquier estudio de los media que no esté en condiciones de explicar dicha estructura multiestratificada y sobre todo los efectos de los mensajes ocultos, se sitúa en una perspectiva limitada y desencarrilada: y es justamente este «despiste» lo que hasta ahora –observa Adorno– ha caracterizado a los análisis sobre la industria cultural.

Naturalmente, las relaciones entre los distintos niveles (manifiestos y latentes) de los mensajes no son nada fáciles de captar y de estudiar, pero en cualquier caso no son casuales ni carecen de objetivos: al contrario, dan forma a la

tendencia a canalizar la reacción del público: Ello corrobora la sospecha ampliamente compartida, aunque sea difícil confirmarla con datos precisos, de que la mayoría de los espectáculos televisivos actuales apuntan a la producción, o al menos a la reproducción, de mucha mediocridad, de inercia intelectual, y de credulidad, que parecen armonizar con los credos totalitarios, aunque el explícito mensaje superficial de los espectáculos sea antitotalitario (ADORNO, 1954, 385).

La manipulación del público –perseguida y alcanzada por la industria cultural entendida como forma de dominación de las sociedades altamente desarrolladas– en el medio televisivo se produce mediante efectos que se realizan en los niveles latentes de los mensajes. Estos aparentan decir una cosa y en cambio dicen otra, fingen ser frívolos y en cambio, por encima de la conciencia del público, ratifican el estado de sujeción. El espectador, a través del material que observa, se halla constantemente en situación, sin darse cuenta, de asimilar órdenes, prescripciones, procripciones.

1.6.6 Los géneros

La estrategia de dominio de la industria cultural viene pues de lejos y dispone de múltiples tácticas. Una de ellas consiste en la estereotipación.

Los estereotipos son un elemento indispensable para organizar y anticipar las experiencias de la realidad social que lleva a cabo el individuo. Impiden el caos cognoscitivo, la desorganización mental, representan en definitiva un necesario instrumento de economía en el aprendizaje. Como tales, ninguna actividad puede prescindir de ellos: sin embargo, en el desarrollo histórico de la industria cultural, la función de los estereotipos se ha visto profundamente alterada y modificada.

La división del contenido televisivo en diferentes géneros (*quiz*, policíaco, comedia, etc.) ha llevado al desarrollo de fórmulas rígidas, fijas, importantes porque definen

el modelo comportamental del espectador, antes de que éste se cuestione ningún contenido específico, determinando por tanto en amplia medida la forma en la que será percibido cualquier contenido específico. Para entender la televisión no es suficiente por tanto poner en evidencia las implicaciones de los distintos espectáculos y de los tipos de espectáculo, sino que hay que hacer un análisis de los presupuestos desde los que funcionan las implicaciones antes de que se pronuncie una palabra. Es importantísimo que la clasificación de los espectáculos haya llegado tan lejos: de esta forma el espectador se acerca a cada uno de ellos con un modelo establecido de expectativas antes de hallarse frente al propio espectáculo (ADORNO, 1954, 388).

Este es el cambio de funciones sufrido por la estereotipación en la industria cultural: dado que esta última es el triunfo del capital invertido –que se interesa por los individuos sólo en su calidad de clientes y empleados–, su tendencia progresiva a convertirse en un conjunto de protocolos es irrefrenable. Pero «cuanto más se materializan y se esclerotizan los estereotipos [...], es menos probable que las personas modifiquen sus ideas preconcebidas con el progreso de su experiencia. Cuanto más obtusa y complicada se torna la vida moderna, mayor es la propensión de las personas a apegarse a clichés que parecen conllevar un cierto orden en lo que de otra forma sería incomprensible. Así la gente puede no sólo perder la verdadera comprensión de la realidad, sino que puede llegar a tener fundamentalmente debilitada la capacidad de entender la experiencia de la vida por el uso constante de lentes ahumados» (ADORNO, 1954, 390).

«Pero sería vano esperar que la persona en sí misma contradictoria y percedera no pueda durar generaciones, que, en esta escisión psicológica, el sistema necesariamente tenga que saltar,

que la falaz sustitución de lo individual por el estereotipo deba convertirse por sí sola en intolerable para los hombres» (HORKHEIMER-ADORNO, 1947, 16).

1.6.7 Teoría crítica frente a investigación administrativa

La teoría crítica –que denuncia la contradicción entre individuos y sociedad como un producto histórico de la división de clases, y que se opone a las disciplinas que representan dicha contradicción como un dato natural–, cuando analiza la industria cultural, explicita sobre todo su tendencia a tratar la mentalidad de las masas como un dato inmutable, como un presupuesto de su propia existencia.

El radical desacuerdo de la teoría crítica respecto a las disciplinas que, sectorializándose, no logran interpretar los fenómenos sociales en su complejidad, se manifiesta también respecto a los estudios sobre los mass media que iban desarrollándose en la sociedad americana.

Como ya se ha dicho, según la teoría crítica, los métodos de investigación empírica no penetran la objetivación de los hechos ni la estructura o las implicaciones de su base histórica, sino que, al contrario, producen la fragmentación de la totalidad social en «una serie de “objetos” artificialmente asignados a varias ciencias especializadas. La característica primaria del hecho social, su dinámica histórica, es la primera en desaparecer» (RUSCONI, 1968, 261). Lo mismo ocurre con el análisis de la industria cultural: mientras la actitud difundida entre los que trabajan en el sector es invitar a no subestimarlos, es sin embargo incontrovertible que «por amor a su papel social son reprimidas, o por lo menos excluidas de la denominada sociología de la comunicación, preguntas incómodas sobre su calidad, su verdad o falsedad, el valor estético de lo que comunica» (ADORNO, 1967, 10).

La investigación sobre los medios de comunicación de masas aparece sumamente inadecuada, porque se limita a estudiar las condiciones presentes, y acaba doblegándose al monopolio de la industria cultural. Esta es la razón por la que –más allá de la fachada– la investigación se dedica sustancialmente a averiguar cómo manipular a las masas o cómo alcanzar mejor determinados objetivos internos del sistema existente. «Naturalmente, en el ámbito del Princeton Project no parecía haber mucho espacio para una investigación social de carácter crítico. La Fundación Rockefeller, que era quien había pedido el estudio, establecía explícitamente que las investigaciones debían llevarse a cabo en los límites del sistema radiofónico comercial vigente en los Estados Unidos. Por eso estaba implícito que el propio sistema, sus consecuencias culturales y sociológicas y sus presupuestos sociales y económicos no debían ser analizados» (ADORNO, 1971, 261).

Según la teoría crítica, en cambio, lo que hay que poner en discusión son los fines: por ejemplo, si la investigación «administrativa» se plantea el problema de cómo ampliar, a través de los media, la audiencia de la buena música, la teoría crítica sostiene que «no habría que estudiar la actitud de los oyentes sin considerar en qué medida dichas actitudes reflejan esquemas más amplios de comportamiento social y, más aún, en qué medida son condicionados por la estructura de la sociedad considerada como un conjunto» (ADORNO, 1950, 416). En una estrategia de análisis tan totalizadora, también son rechazados los métodos de la investigación administrativa, sus normales fuentes de datos. «Lo que era axiomático según las normas predominantes en la investigación social, concretamente partir de las reacciones de los sujetos como si éstas fuesen una fuente primaria de conocimiento sociológico, me parecía absolutamente superficial y equivocada»

do» (ADORNO, 1971, 261). Si la industria cultural anula toda individualidad y toda idea de resistencia, si lo que triunfa es el pseudoindividualismo que en realidad enmascara la supina aceptación de los valores impuestos, confiar en los espectadores como fuentes fiables de conocimientos reales sobre los procesos comunicativos de la industria cultural, significa velar toda posibilidad de comprensión. La ilusión del pseudoindividualismo debe reforzar «el escepticismo respecto a cualquier información de primera mano recibida de los oyentes. Debemos intentar comprenderlos mejor de lo que ellos mismos se comprenden» (ADORNO, 1950, 420).

Este es un punto muy importante en la contraposición entre teoría crítica e investigación administrativa: la teoría crítica –sostiene Adorno– está en condiciones de «desarrollar la relación entre teoría y *fact-finding* –una relación de la que se siente continuamente la urgencia pero que es siempre postergada– sin pretender con ello que la excesivamente abstracta polaridad entre los dos aspectos pueda modificarse» (ADORNO, 1962, XX).

Sin excluir el análisis ni la demostración empírica, pero sosteniendo la necesidad de enmarcarlos en la comprensión de la sociedad como totalidad, la teoría crítica de hecho acaba privilegiando la aproximación especulativa sobre el método empírico, debido también –no hay que olvidarlo– a que en cada producto de la industria cultural puede leerse en filigrana el modelo del gigantesco y potente mecanismo económico.

Los datos recogidos empíricamente sólo permitirán analizar las relaciones internas del sistema productivo, no sus conexiones con la dinámica histórica, es decir, con la característica constitutiva de todo fenómeno social. Por ejemplo, la música de masas, al igual que cualquier otro producto de la industria cultural, funciona como un «cemento social», pero esta lógica inherente a los mensajes es «inaccesible» para sus usuarios (ADORNO, 1941): la investigación administrativa en cambio descuida programáticamente dicho aspecto crucial y se desarrolla dentro de los marcos institucionales de la industria cultural.

El contraste entre las dos tendencias de la investigación comunicativa es por tanto de fondo y surge en primer lugar del perfil global de la teoría crítica, de su polémica contra la abstención, que la sociología empírica se impone, de autorreflexión sobre sus propios métodos y principios. De esta radical diversidad se desprende –como su consecuencia lógica– una distinta concepción de los propios medios: para la teoría crítica se trata de instrumentos de la reproducción de masas que, en la libertad aparente de los individuos, reproponen las relaciones de fuerza del aparato económico-social.

La investigación administrativa los interpreta en cambio como

instrumentos, utilizados para alcanzar determinados fines. Estos pueden ser vender mercancías, elevar el nivel intelectual de la población o mejorar la comprensión de las políticas gubernativas. En cada caso la investigación tiene la tarea de hacer más comprensible y conocido el instrumento comunicativo para quien quiera utilizarlo con un fin específico, de cara a facilitar su empleo (LAZARFELD, 1941, 2).

Esta *irrelevancia de los fines* –respecto a los cuales la investigación comunicativa se plantea como servicio que las agencias administrativas, públicas o privadas, utilizan– por un lado es percibido por el propio Lazarsfeld como un elemento sobre el que inciden las objeciones de la teoría crítica, por otro lado posteriormente ha sido interpretada a menudo como una irrelevancia e insignificancia teórica.

Por lo que se refiere al primer punto, la observación de Lazarsfeld es que no se puede

perseguir un objetivo específico y estudiar los medios para alcanzarlo aisándolo de la situación histórica global en la que se plantean el objetivo y el análisis de los medios. Los modernos medios de comunicación se han convertido en instrumentos tan complejos que allí donde se usan obtienen sobre la gente

efectos mucho más importantes de cuanto pretende obtener quien los administra; además estos medios poseen en sí mismos tal complejidad que dejan a las agencias que los administran muchas menos opciones de las que creen tener. La idea de la *investigación crítica* se contrapone a la práctica de la investigación administrativa en cuanto exige que, preliminar y adicionalmente a cualquier objetivo específico que se espere obtener, hay que analizar el papel general de los medios de comunicación de masas en el actual sistema social (LAZARFELD, 1941, 9).

Pero en esta «interpretación» de Lazarsfeld de la teoría crítica se halla ya implícita una dimensión «operativa, «aplicativa», que si por un lado configura una deseable integración entre las dos tendencias, por otro lado sin embargo «traiciona» la coherencia interna de la aproximación especulativa de la teoría crítica. «Yo creía que la tarea que podía desempeñar y que me estaba asignada era la de *interpretar* los fenómenos: no la de comprobar, filtrar y clasificar los hechos y convertirlos en disponibles como información [...] Naturalmente, y en esto consiste mi equívoco (pero sólo me di cuenta más tarde), no se me pedía comprender la relación entre música y sociedad, sino suministrar informaciones. Yo sentía una fuerte resistencia interna a corresponder a esta exigencia que contradecía mi forma de ser [...] Traducir mis reflexiones en términos de análisis era para mí resolver la cuadratura del círculo» (ADORNO, 1971, 257; 262; 265). Así, por ejemplo, Lazarsfeld describe cuatro niveles sucesivos en la «aplicación» de la teoría crítica:

- a) una teoría sobre las tendencias de fondo que llevan a lo que él define una «cultura promocional»;
- b) los análisis de fenómenos específicos para ilustrar su contribución al fortalecimiento de la tendencia dominante;
- c) las consecuencias que se manifiestan sobre la estructura de la personalidad;
- d) las consideraciones sobre las alternativas posibles.

Más indicativo de la «interpretación en clave administrativa» de la teoría crítica es un ejemplo de Lazarsfeld sobre cómo esta última puede estimular la investigación empírica:

si se estudian los efectos de la comunicación, por muy elaborados que sean los métodos empleados, se estará en condiciones de estudiar tan sólo los efectos de los materiales, radiofónicos o impresos, actualmente difundidos. La investigación crítica estará interesada sobre todo por aquel material que en cambio no encuentra nunca acceso a los canales de comunicación de masas: ¿qué ideas y qué formas expresivas son eliminadas antes de alcanzar al gran público, porque no parecen lo bastante interesantes para la *audiencia* más amplia, porque no garantizan un rendimiento suficiente respecto al capital invertido o porque las tradicionales formas de presentación no se consideran adecuadas? (LAZARFELD, 1941, 14).

Si –como vemos– la investigación administrativa más atenta y consciente tiende a «operativizar» la teoría crítica, desnaturalizándola, tampoco faltan los equívocos en la otra parte, sobre todo en la interpretación de la investigación administrativa difundida por los epígonos de la teoría crítica. Esta ha sido presentada como teóricamente irrelevante, carente no sólo de un análisis adecuado sobre el contexto socioeconómico, sino también de una visión de conjunto sobre los problemas contingentes.⁷

En realidad la reducción de la investigación a los objetivos prácticos no siempre ha comportado ausencia de teoría o escasa problematización de los fenómenos estudiados: ya lo hemos visto a propósito del concepto de líder de opinión (véase 1.4.2) o respecto a la necesidad de utilizar simultáneamente tres estrategias distintas de investigación en el análisis de la audiencia radiofónica (véase 1.4.1). Pero hay más ejemplos que lo testimonian:

la radio puede facilitar muchas tendencias a la centralización, la estandarización y la formación de las masas, tendencias que parecen prevalecer en nuestra sociedad. Pero entre las numerosas orientaciones al-

ternativas que ya se configuran, muy pocas se deberán a una «oscilación de la balanza». Serán más bien el resultado de poderosas fuerzas sociales que en las próximas décadas influenciarán la radio mucho más de lo que ésta las influya. Es cierto que las innovaciones tecnológicas tienen una tendencia intrínseca a generar transformación social. Pero por lo que se refiere a la radio todos los elementos manifiestan la improbabilidad del hecho de que vaya a tener, en sí misma, profundas consecuencias sociales en el próximo futuro. La comunicación radiofónica en América actualmente está hecha para vender mercancías: y gran parte de los restantes posibles efectos de la radio se hallan sumergidos en un mecanismo social que enfatiza al máximo el efecto comercial. No hay tendencias siniestras operantes en el medio radiofónico: lo hace todo él solo. Un programa tiene que entretener al público y por lo tanto evita cualquier cosa que pueda suscitar críticas sociales; un programa no debe apartar a los oyentes y por tanto alimenta los prejuicios del público; evita todo lo especializado para garantizar una *audiencia* lo más amplia posible; a fin de agradar a todos, procura evitar temas controvertidos. Añádase a ello la pesadilla de todos los productores radiofónicos, es decir, que el oyente puede sintonizar cuando quiera otra emisora de la competencia, y se tendrá la imagen de la radio como de una prodigiosa innovación tecnológica con una fuerte tendencia conservadora sobre todas las cuestiones sociales. Si en 1500 d.C. se hubiese hecho un estudio sobre las consecuencias sociales de la prensa, difícilmente habría podido prever todos los cambios que hoy atribuimos a su invención. En el marco de las condiciones sociales de aquella época, ni siquiera el análisis más exhaustivo del nuevo medio de comunicación habría podido conducir a previsiones útiles. La importancia asumida por la prensa se debe en gran medida a la Reforma y a las grandes revoluciones occidentales de los siglos XVI y XVII.

De la misma manera, no podemos saber qué significará la radio en un futuro, porque no podemos prever qué desarrollos significativos son inminentes. De lo único que podemos estar seguros es de que la radio por sí sola no modelará el futuro. Lo que nosotros, gente de hoy y de mañana, hagamos de nuestro sistema social es lo que definirá históricamente el papel de la radio (LAZARSELD, 1940, 332).

Los ejemplos citados testimonian una investigación administrativa atenta –al menos en línea de principio– al contexto histórico y social de desarrollo de los medios de comunicación de masas, y a la vez capaz de dar relieve teórico a su forma de plantear los problemas. Al margen de las conexiones y de las relaciones históricas entre los dos filones (LANG, 1979) –vínculos que sin embargo existen y son significativos– me parece importante señalar que, en un primer momento, cada enfoque ofreció del otro una lectura reductiva y, sucesivamente, una acentuación, en clave ideológica, de su oposición. La consecuencia ha sido, para la teoría crítica, la dificultad de pasar del nivel de las descripciones generales del sistema en su conjunto de la industria cultural al del análisis de los procesos comunicativos como efectivamente se producen. Dificultad acentuada por el hecho de que para la teoría crítica este tipo de análisis –como momento autónomamente pertinente– es irrelevante o accesorio, al estar ya implícito en la descripción de la dinámica fundamental de la sociedad industrial capitalista. Por eso en la teoría crítica todas las caracterizaciones de la comunicación se hacen en términos muy afines a los de la teoría hipodérmica, es decir, de la «teoría comunicativa» más burda y menos articulada.

Por parte de la investigación administrativa, en cambio, la conciencia de un necesario marco de referencia más amplio en el que encuadrar el estudio de problemas específicos se ha visto a menudo atenuada, a causa (también) de la presión que la naturaleza institucional de la investigación ejercía en dirección de los aspectos metodológicos y operativos del trabajo de investigación. Así, por un lado, se reducía la complejidad de los fenómenos comunicativos en una teoría de la sociedad; por otro, se exorcizaban las conexiones entre estos fenómenos y las demás variantes sociales, con un tipo de análisis que no estaba en condiciones de captarlas.

La distancia entre teoría crítica e investigación administrativa se ha ampliado más allá de su configuración inicial, y ha cristalizado en una diferenciación teórica que en cambio era y sigue siendo fecunda y problemática. El propio ADORNO –a pesar de sostener que «parece ser defecto de cualquier forma de sociología empírica el deber elegir entre fiabilidad y profundidad de los

datos obtenidos» (1971, 278)– sintetiza su posición en la polémica entre sociología empírica y sociología teórica, «tan a menudo mal presentada, especialmente en Europa», diciendo que «las investigaciones empíricas no son sólo legítimas sino esenciales, incluso en el campo de los fenómenos culturales. Sin embargo, no habría que atribuirles autonomía ni considerarlas poco menos que una clave universal. Sobre todo, deben a su vez concluirse en conocimiento teórico. La teoría no es simplemente un vehículo que se vuelve superfluo apenas se dispone de datos» (ADORNO, 1971, 271).

No es casual, por tanto, que actualmente la superación de la contraposición se produzca, en mi opinión, a través de estas dos coordenadas:

a) la primera corresponde a algunos problemas que *de hecho* imponen un tipo de conceptualización del campo mediológico que supera los términos del contraste. Por ejemplo, la cuestión de los efectos a largo plazo de los media (véase capítulo 2) o el problema de las modalidades con las que la información de masas contribuye a construir la imagen que de la realidad social elaboran los individuos (véase capítulo 3);

b) la segunda coordenada se refiere a la superación de un dato que implícitamente emparentaba teoría crítica e investigación administrativa, es decir, su referirse a una teoría informacional de los procesos comunicativos. A medida que el paradigma de la teoría de la información ha sido reemplazado en la *communication research* por la presencia de otras referencias teóricas (teoría semiótica, sociológica del conocimiento, psicología cognoscitiva), nuevos objetos de conocimiento se han venido afirmando y problemas tradicionales han podido ser planteados en distintos términos, modificando la articulación de las perspectivas (véase 1.9).

Cada perspectiva naturalmente encuentra más adecuada una tendencia en lugar de otra, pero la realidad global de la investigación en materia de comunicaciones de masas se presenta actualmente con la concreta perspectiva de aproximaciones disciplinarias cada vez más articuladas, variadas y en vías de integración.