

## Profesionales reflexivos en un mercado laboral.

Marina Gerosa

### ¿Podrían existir profesionales reflexivos en una Industria Cultural?

Trataremos de problematizar, siguiendo las postulaciones teóricas de Theodor Adorno en diálogo con Andreas Huyssen, la función de la cultura en el capitalismo tardío. A partir de ahí interrogaremos la pertinencia de pensar en la posibilidad de promover la existencia de profesionales «reflexivos» si nos encontramos inmersos en un universo en el que las reglas del juego son sólo las leyes de oferta y demanda que ordena el «mercado», dejando por fuera otro tipo de regulación y normatividad.

Siguiendo a Adorno, el capitalismo del siglo XX ha reunificado la economía y la cultura subsumiendo lo cultural en lo económico y reorganizando el cuerpo de significados simbólicos y culturales para ajustarlos a la lógica de la mercancía.

Con la ayuda de los nuevos medios tecnológicos de reproducción y disseminación (el Cine en este sentido se nos aparece como ejemplo por excelencia, recordemos a Walter Benjamin), el capitalismo monopólico ha conseguido absorber las formas más antiguas de la cultura popular, homogeneizar todas y cada uno de los discursos regionales y sofocar, asimilándola, cualquier resistencia a la regla de la mercancía.

Toda cultura es estandarizada, organizada y administrada con el propósito único de servir como instrumento de control social. Este control social puede devenir total, dado que en «el círculo de manipulación y miseria retroactiva... la unidad del sistema se fortalece cada vez más». «Los entes culturales típicos del estilo de la industria de la cultura ya no son también mercancía. Son mercancías enteramente, hasta los más profundos». O bien, en una versión marxista más precisa, que recurre a la distinción entre valor de uso y valor de cambio, haciendo del la industria cultural un fenómeno opresivo y totalitario: «Cuanto más inexorablemente el principio de valor de cambio priva a los seres humanos de los valores de uso, tanto más eficazmente consigue disfrazarse como objeto último de goce!». Cuando las obras de arte devienen mercancías y son disfrutadas como tales, la mercancía misma en la sociedad de consumo ha devenido imagen, representación, espectáculo. La publicidad y el envase han reemplazado al valor de uso. La mercantilización del arte concluye con la estatización de la mercancía. El canto de sirena de la mercancía hace que el Ulises consumista se zambulla feliz en el mar de las mercancías esperando, en vano, encontrar satisfacción. Más que el museo o la academia, el shopping center y el supermercado son ahora los cementerios de la cultura.

Cultura y mercantilización han sido colapsadas en la teoría de Adorno a punto tal que la fuerza de gravedad de la industria cultural no deja ilesos ningún sentido ni significación.

Según el filósofo Andreas Huyssen la teoría del «agujero negro de la cultura capitalista es al mismo tiempo marxista y no marxista. Es marxista porque aplica rigurosamente una lectura de la teoría de Marx sobre el fetichismo de la mercancía (el fetiche como mera fantasmagoría) en los productos culturales. Pero no es marxista en el hecho de que

ignora la praxis, pasando por alto las luchas por el sentido, los símbolos y las imágenes que constituyen la vida social y cultural, aun cuando los medios masivos procuran reprimirlas» (Andreas Huyssen, «Después de la gran división»). Huyssen nos dice que en la teoría de Adorno la especificidad de los productos culturales es suprimida dejando al consumidor en un estado de pasiva regresión. Si ellos (los productos culturales) tuvieran sólo valor de cambio ya no podrían cumplir su función en los procesos de reproducción ideológica. El autor nos dice que la industria cultural satisface y legítima necesidades culturales que no son falsas per se; también articula contradicciones sociales para homogeneizarlas. Y precisamente este proceso de articulación puede convertirse en campo de conflicto y lucha. Este es el optimismo de Huyssen.

Adorno dobla la apuesta postulando que asistimos a una decadencia del Yo como consecuencia de la decadencia objetiva de la autoridad paterna en la familia burguesa. Tal decadencia ha llevado a un cambio en la personalidad tipo, fundada en la conformidad a normas externas antes que en la internalización de la autoridad. Esta internalización era un requisito necesario para el rechazo posterior (maduro) por un sujeto fuerte. La industria cultural es vista como uno de los factores principales que evitan ese proceso y lo sustituyen por normas externas de comportamiento, que desembocan inevitablemente en el conformismo. Según Huyssen, en tanto la cuestión de la constitución histórica del sujeto sigue siendo fundamental, la teoría de la decadencia del Yo pareciera implicar cierta nostalgia por el Yo burgués fuerte y queda atrapada en patrones patriarcales de pensamiento... Queda mucho por decir del lado de las teorías de género y de la evolución de la estructura familiar en expansión aún como para ya tener una conclusión. Respecto de la Industria cultural como padre sustituto, Jessica Benjamín dice que es un «patriarcado sin padre» y que toma como base de su conceptualización el mismo concepto que critica.

Esto no quiere decir que no nos encontremos a diario y en pavoroso crecimiento con un desmantelamiento psíquico del individuo que lo liga, digámoslo nuevamente, a un conformismo aterrador. La realidad casi no nos habla de otra cosa, mal que le pese a las teorías revisionistas y/o progresistas que vemos más cercanas a lo que serían las postulaciones de Huyssen. Adorno se nos aparece en este punto mucho más radical.

### Volviendo al principio: ¿Qué posibilidades de reflexión hay si nos encontramos presos en este panorama?

Si no se vislumbra un horizonte con realidades tangibles (el concepto de «valores» se nos presenta con un sesgo moralizante que puede asustar al adversario y debilitar nuestras ideas) que excedan a una lógica del Mercado omnipresente, creemos que casi resulta naif hablar de «reflexión» y «profesionales reflexivos» ya que estaríamos soslayando la regulación económico-histórica determinante de cualquier tipo de forma y acto de pensamiento. Por supuesto que lo antedicho implica una posición ética ante el mundo, que puede ser compartida o no, apoyada o refutada, pero que siempre agradecerá un debate al respecto.