



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LA INDUSTRIA CULTURAL Y EL SISTEMA DEL ARTE EN
LA SOCIEDAD**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA**

P R E S E N T A

STEVEN ARIEL AGUILAR OVALLES

DIRECTOR DE TESIS

DR. RAÚL ZAMORANO FARÍAS

Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

La industria cultural y el sistema del arte de la sociedad

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	9
EL CONCEPTO INDUSTRIA CULTURAL	9
1.1 La cuestión de las masas	10
1.2 Clasificación y orden	21
1.3 El arte como mercancía	33
CAPÍTULO II	
EL ARTE Y LOS MEDIOS DE MASAS EN LA TEORÍA DE SISTEMAS	42
2.1 El arte como medio de comunicación simbólicamente generalizado y como sistema	43
2.2 El arte y la masa	52
2.3 Proceso de diferenciación del sistema del arte	62
CAPÍTULO III	
INDUSTRIA DE LA CULTURA	76
3.1 El sistema del arte y su periferia	76
3.1.2 La Industria Cultural	90
3.2 Acoplamiento estructural	94
3.3 Organización	101
BIBLIOGRAFÍA	117

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer al pueblo de México cuyo trabajo pago mi educación en todos sus niveles. Espero que siempre mantengamos la convicción de que la educación pública, gratuita y laica, desde el preescolar hasta el grado superior, son la clave para que el desarrollo de este país.

A mis padres, gracias por apoyarme en todos los pasos de mi vida, por cuidarme todos estos años, por guiarme y siempre intentar hacer lo mejor para mí. Tengo la convicción de que cada logro que he conseguido es también su logro, porque sin ustedes no sería posible.

A mis hermanos, crecer a su lado fue la mejor experiencia que he tenido, gracias por ayudarme y cuidarme siempre, sé que siempre estarán ahí y prometo estar para ustedes.

A mis dos grandes maestros Julio Aguilar y Ariel Ovalles, gracias por incentivar en mí el gusto por aprender sobre la sociedad y nuestra historia, por cultivar en mí el gusto por aprender y una curiosidad insaciable.

A mi prometida Cyntia Vergara, gracias por creer en mí siempre, por ayudarme en todo incondicionalmente, gracias por escucharme y aconsejarme. Gracias por revisar, leer y hacer observaciones para esta tesis. Pero sobre todo, gracias por todo tu cariño y por amarme estos diez años.

A mis amigos de la carrera, Andy Lemoine y Raquel López, gracias por los mejores momentos en esta etapa de mi vida. El tiempo con ustedes me enriqueció tanto académicamente, pero sobretodo personalmente.

A mi asesor Raúl Zamorano, gracias por la libertad para conducir este proyecto, por todo el conocimiento que puso a mi disposición; gracias por los textos, los libros, las películas y las canciones, que ayudaron a enriquecer mis reflexiones y mi desarrollo. Gracias por las largas conversaciones que me ayudaron a clarificar varios puntos sobre nuestra disciplina científica, pero también se enriquecieron en nivel personal.

INTRODUCCIÓN

¿Cuál es la diferencia entre *Odisea del espacio 2001* y *Los guardianes de la galaxia*? Ambas son películas promovidas por la industria cultural y ambas con una temática de ciencia ficción. Sin embargo, hay una incomodidad en ponerlas frente a frente, existe ahí un contraste que merece ser explicado, una diferencia que parece tan evidente, pero no lo suficientemente tratada desde la reflexión de la sociedad.

Si bien sobre el concepto “industria cultural” se han realizado diversos análisis y abordajes, la mayoría de ellos siguiendo los postulados de sus creadores Theodor Adorno y Max Horkheimer, desde muy temprano éste ha sido retomado por varios autores que se dedicaron también a continuar el desarrollo teórico de la propuesta frankfurtiana. Incluso aquellos trabajos que declaran alejarse de los postulados originales, se mantienen orbitando en torno a ellos solo que sin realizar una crítica operativa y estructural al concepto de “Industria Cultural”.

Es sabido es que al interior de la misma escuela de Frankfurt, Herbert Marcuse realizó un nuevo desarrollo en su famoso *El hombre unidimensional* (1964) –siguiendo el camino propuesto por Adorno y Horkheimer–, estudio en el cual profundizó en las ideas ya expuestas en el ensayo *La industria cultural* (1944/1947) solo que en una cuestión de forma mas no fondo. Es decir, sin alterar la construcción conceptual desarrollando solo los axiomas ya propuestos, principalmente el de una sociedad donde la “cultura” está completamente dominada y sin diversidad, lo que trata de enfatizar precisamente con la idea de “unidimensionalidad”.

Walter Benjamin también elaboró una revisión a dicha cuestión en su obra *La obra de arte en la época de la producción técnica* (1935), que pese a ser crítica a la propuesta de Adorno y Horkheimer (sobre todo en el enfoque pesimista de estos autores) mantiene varios puntos en común con el planteamiento original. Sin embargo, se distingue en las conclusiones de su análisis, ya que mientras Adorno y Horkheimer solo ven en la industria de la cultura la culminación del proceso alienación, Benjamín sugiere la posibilidad de que a partir del desarrollo de la reproducción técnica del arte, surja una suerte arte de masas con la capacidad de emancipar.

Dentro de los postulados del marxismo, Félix Guattari retomó el problema a través de la formulación del concepto de “cultura-mercancía” (Guattari, 2006), abriendo la problemática no sólo a los productos estéticos (como estaba construido originalmente) sino a cualquier producto que difunda la “semiótica del capitalismo”, haciendo más difuso donde se encuentra el problema de análisis. Guattari se aleja de la cuestión de cómo analizar el fenómeno, y en cambio coloca un juicio de valor como respuesta única, lo cual imposibilita el desarrollo de la reflexión, ya que sin importar las argumentaciones que se hagan del objeto, éste ya fue previamente calificado como negativo, instrumentalizando todas las posibles observaciones en favor de una ideología.

También desde la lingüística cabe destacar dos grandes aportes. El primero de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, quienes retoman la conceptualización de Adorno y Horkheimer utilizando categorías como la de “cultura de masas” (Dorfman y Mattelart, 2010: 30) para realizar un análisis de los mensajes que se emiten desde los medios de comunicación masiva, seleccionar casos específicos para observar detenidamente la estructura y la semántica, y posteriormente generar una relación causa-efecto con los posibles mensajes que los creadores de dichos contenidos deseaban comunicar de manera implícita. Pero la atribución de la intencionalidad de los mensajes es problemática, pues se queda en un ámbito especulativo y pasa a ser un texto más político que de reflexión científica, cuestión que no es una imputación, ya que los mismos autores reconocen la intención política de su trabajo (Dorfman y Mattelart, 2010).

Otra reflexión que contribuye a la búsqueda por un procesamiento teórico que diera cuenta de la “industria de la cultura” es la realizada por Roland Barthes, que partiendo de la propuesta de Saussure de que el significante y el significado están unidos de manera arbitraria en el sistema del lenguaje, se pregunta cómo en la sociedad moderna se realizan los enlaces entre las palabras y su contenido, para después proponer que la televisión y el cine tenían un papel determinante en este proceso. Se llenan de significado ciertos significantes formando entre muchos signos lo que el autor denomina un *sistema semiológico*, es decir una cadena de significantes interdependientes entre sí que recurre a sí misma para llenar de significado cualquier manifestación de la vida (Barthes, 1999). Con Barthes observamos una metodología más precisa para analizar la “industria cultural” concebida por Adorno y Horkheimer, no preocupada solo del papel de control o dominio

político en la sociedad, sino por los contenidos que transmite, analizando las comunicaciones de los medios masivos para encontrar el significado con que se cargan ciertas palabras, dando así un paso en el análisis científico del “objeto”.

Siguiendo la propuesta de Barthes –analizar las comunicaciones de los medios masivos, surgen varios trabajos que tienen ese propósito, tal vez el más famoso sea *Para leer al pato Donald* que es un claro ejemplo de la observación de comunicaciones particulares en los medios de comunicación masiva. No obstante, el análisis teórico permanece ausente y tiene que deducirse/imputarse sobre la lectura del texto, cuya preocupación central es ligar las comunicaciones a un contexto político, tomando distancia del análisis de Barthes, y sugiriendo una especie de “significado oculto” a las publicaciones que se analizan.

Así, y ante el surgimiento de los medios de masas, que logran transmitir comunicaciones a una velocidad impresionante conquistando la inmediatez, es necesario construir el problema no solo a nivel estético, del juicio valórico o de simple sentido común, sino desde el interior de la reflexión sociológica.

Precisamente, el objetivo de esta investigación es analizar y problematizar el concepto de “Industria de la cultura” desde la teoría de sistemas complejos aplicada a la sociedad propuesta por Niklas Luhmann. Un análisis en donde se utilizan perspectivas teóricas poco convencionales (como la observación de segundo orden, la construcción de la diferencia y el sentido que la sustenta) para el problema a estudiar,

Si bien y aun cuando este concepto no aparece en la arquitectura conceptual propuesta por Luhmann, la teoría de sistemas complejos se caracteriza por un gran potencial de desarrollo en la profundidad de varias cuestiones, de esta manera posibilita construir una explicación que supere el determinismo causal y la opinión moral

En el capítulo I se revisa la construcción original del concepto de Industria cultural, que fue propuesto por Theodor Adorno y Max Horkheimer (Adorno y Horkheimer, 2009), señalando los postulados que aún se mantienen como problemas vigentes de investigación, así como aquellos que en el desarrollo de la teoría sociológica se han mostrado superados; posteriormente, en el capítulo II, incorporaré la explicación conceptual de la teoría de sistemas complejos, confrontando los postulados de la propuesta original de Adorno y Horkheimer plausibles de recuperar para generar una nueva explicación; por último, en el

capítulo III, esbozare la nueva propuesta para la incorporación de una concepción de industria de la cultura a la estructura teórica de la teoría de sistemas aplicada a la sociedad. Finalmente se puntualizan las conclusiones.

Antes de iniciar, es importante explicar algunas nociones clave de la teoría de sistemas aplicada a la sociedad, ya que ninguna revisión o análisis es neutro. Parto entonces de los siguientes puntos al realizar este análisis.

En primer lugar, hay que aclarar que desde dicha teoría se parte de la observación, reconociendo que la observación requiere de una construcción activa por parte del observador, distinta a la operación física del mirar que solo requiere de un sistema psíquico perceptivo, de esta manera dos sujetos pueden mirar el mismo objeto y observar al mismo tiempo objetos distintos.

En el caso de la sociología se realiza una *observación de segundo orden*, lo que implica que no se trata de observar objetos y decir algo sobre ellos, sino de “observadores observando observadores” (Luhmann, 1998: 261). Desde esta perspectiva, el trabajo sociológico no se basa en la materialidad u objetividad del mundo, sino en analizar el sentido con el que los sistemas observan. Así para esta teoría la realidad reside “exclusivamente en la realidad de las operaciones de observación mismas” (Luhmann, 2007: 425), abandonando cualquier materialidad o apelación a una realidad empírica.

En cada observación se establece entonces una diferencia entre lo observado y lo no observado, para posteriormente volver a establecer varias distinciones, en donde “se vuelve a la exigencia de distinguirlas, ya que de otro modo no podría designarse nada, observarse nada, emprenderse nada” (Luhmann, 2007: 40). Con tal premisa, el análisis desde esta teoría parte del analizar qué diferencias se construyen en observaciones específicas.

A través de las observaciones se establecen formas. Las forma “es la distinción de un lado interno (aquello que es distinguido) de un lado externo (el resto)” (Luhmann, 2015:17), una forma siempre posee dos lados y el observador debe elegir uno, así las formas son “límites, como marcos de una diferencia que obligan a clarificar el lado que se señala ese lado y no el otro” (Luhmann, 2007: 41). Esto es importante, ya que la teoría de sistemas postula que no es posible observarlo todo, siempre se realiza una selección, y el resto queda en un segundo plano.

Con estas consideraciones, de corte epistemológico se realiza la revisión de la propuesta original de la industria cultural, aplicando sus herramientas de análisis para establecer que elementos aún pueden ser de utilidad para la construcción de una nueva propuesta y cuales no son operables, a partir de los puntos establecidos.

CAPÍTULO I

EL CONCEPTO INDUSTRIA CULTURAL

Lo que está en juego en el arte no es un problema que pueda ser resuelto definitivamente, sino una provocación —la provocación de una búsqueda de sentido que es constreñida por la obra de arte sin necesariamente estar determinada en sus resultados—.

Luhmann.

El concepto de Industria cultural elaborado por Theodor Adorno y Max Horkheimer, alentados por ofrecer una explicación al fenómeno de nuevos productos estéticos, cuya particularidad recae en su difusión masiva y en la búsqueda por atraer al mayor público posible: el cine, la música a través de la radio (y ahora del internet), los *best-sellers* literarios y las series de televisión, son claros ejemplos de este fenómeno. Productos que son antes de cualquier cosa manifestaciones sociales, y adelantándonos, *comunicaciones* específicas. En esta medida es labor de la sociología comprender el cómo éstas han sido construidas.

Al respecto, el primer intento de dar una amplia dimensión al problema, con una propuesta sistemática fue el realizado por Theodor Adorno y Max Horkheimer en su ensayo *Industria Cultural*; ellos son los primeros en componer un concepto específico al problema y generar una teoría que le da un papel central en el análisis.

El concepto de Industria Cultural permitió el desarrollo de interesantes observaciones sobre el fenómeno, pero ahora, a más de 75 años, vale la pena hacer una relectura del concepto y —como un reto— actualizarlo para buscar nuevas posibilidades de observación y problematización, sobre todo cuando el concepto ha pasado a un plano secundario dentro de las preocupaciones científicas, pues ha llevado a un punto de nula reflexión teórica y más bien se ha orientado a un mera recolección de datos o a la especulación filosófica que parece nunca superar lo evidente.

El objetivo en este primer apartado es entonces hacer un análisis de la construcción del concepto Industria Cultural, para poner a discusión los límites con los que se enfrenta y las posibilidades para la formulación de una nueva explicación teórica, así como observar qué

postulados resultan ya superados o inoperables –por el mismo desarrollo de la sociología— y cuales aún nos permiten realizar observaciones que desplieguen nuevas posibilidades.

Para ello dividiré este capítulo en tres subapartados que logran sintetizar y articular los ejes de discusión en los que gira el texto: la cuestión de las masas, clasificación y control y el arte en el capitalismo. Estas columnas tratan de articular el problema de lo general a lo particular.

1.1 La cuestión de las masas

Al enfrentar el análisis de la sociedad, la sociología (al igual que el resto de las ciencias con sus respectivos “objetos” de estudio) partió de una observación de primer orden (sujeto-objeto) donde la sociedad se categorizó como una totalidad, como un ente monolítico. Tal que, en la teoría sociológica clásica, es cuanto menos complicado establecer que es parte y que está fuera de la sociedad. Estas observaciones no permitían más que delimitar el espacio de lo que se iba a considerar como “sociedad”, pero aún no era posible realizar un análisis de como internamente se estructuraba dicho concepto.

Para poder observar cualquier objeto de estudio es necesario establecer una diferencia, observar significa inevitablemente establecer una diferencia, operativamente se refiere a lo que se observa/no observa, cortes analíticos que nos permiten afinar nuestra observación, porque –y como se indicó– si se intenta operar sin distinciones “no podría designarse nada, observarse nada, emprenderse nada” (Luhmann, 2007: 40).

Estos cortes, o mejor dicho distinciones, son puntos para delimitar –si se asume que esas distinciones existen en el objeto o que son construcciones teóricas dependerá del autor— que gran parte de la discusión teórica tiene que ver con el sentido con el que se construyen esas distinciones: estratos económicos, proletarios/burgueses, Estado/sociedad civil, normal/patológico, estructura/desviación, etcétera. El análisis sociológico se vuelve complejo cuando caemos en la cuenta de que aplicar una diferencia no desaparece a las otras, y uno siempre puede usar otra forma de distinción.

Incluso podemos afirmar que el desarrollo sociológico puede leerse como el aumento en la complejidad de dichas distinciones. Es así que en Marx uno puede distinguir entre valor de

uso/valor de cambio, capital variable/capital fijo; en Weber entre dominación/fuerza y posteriormente tipos distintos de dominación; en Parsons las delimitaciones entre los diferentes sistemas del modelo AGIL; y así lograr una observación más detallada de fenómenos sociales, para señalar con más precisión lo que se observa y lo que es dejado de lado.

Es desde esta perspectiva cuando la categoría de “masa” usada por Adorno y Horkheimer aparece como una particularidad a la reflexión sobre la sociedad, ya que la tendencia aparente fue el ya no observarlo todo, sino por el contrario, delimitar para no perderse en la totalidad, en las infinitas posibilidades de lo seleccionado, proyectan una categoría que arroja —a primera vista— a la generalidad total.

Procediendo a revisar el análisis histórico del concepto, encontramos que la acepción social del término “masa” no fue inmediato. En el siglo XV la palabra masa fue usada en un sentido neutro: en el francés (*masse*) y en el latín (*massa*) para referirse a “un agregado de materia que puede moldearse o formarse (el sentido de raíz era probablemente el de amasar la pasta) y por extensión cualquier gran conjunto de materia” (Williams, 2003: 211). Los términos usados hasta entonces para designar a una gran cantidad de personas eran *vulgo*, *multitud*, *comunes*; todos ellos eran usados de manera peyorativa para referirse a las clases bajas. Así, el concepto de *masa* se usó pocas veces para designar un grupo de personas.

Tal vez por lo anterior fue hasta la revolución francesa que *masa* tomó una significación referida al conjunto de personas y aparece en la literatura textos con categorías como: “la masa corrompida” (1675); “la masa del pueblo” (1711); “la masa total de la humanidad” (1713) (Williams, 2003: 211). Esto permite referirse a multitudes en un término un tanto neutro al que para darle alguna denotación es necesario agregar algún adjetivo.

Durante el siglo XIX el concepto será usado tanto positiva como negativamente, llegando a la estabilización de dos significados: “**Masas** (i) es una palabra moderna para designar *la multitud de muchas cabezas o turba [mob]*: baja, ignorante, voluble. **Masas** (ii) es una descripción de las mismas personas pero ahora vistas como fuerza social positiva o potencialmente positiva” (Williams, 2003, p. 212). El concepto entonces trata de visualizar el gran conjunto de personas, sin marcar distinciones entre ellas, algo que es desde cierto punto de vista homogéneo. Es bastante lógico que esta connotación se haya estabilizado en

el proceso político de la revolución francesa, pues se busca llamar a las multitudes a pelear por lo “común” y por tanto no se busca designar a ningún grupo o estrato en específico.

En esa lógica, se obtiene una diferencia respecto al término de *pueblo* ya que éste haría referencia solo a las clases de estratos bajos y medios, que incluso han sido designadas en el discurso como las *clases populares*. Mientras que *masa* hace referencia a la suma indeterminada de personas, en una gran cantidad de discursos que llaman a defender la *voluntad del pueblo*, pero difícilmente se llamará a defender a la voluntad de la *masa* ya que este sigue asumiendo un rol tan general que no permite un lúcido horizonte de referencia.

Queda claro por qué entonces la categoría no es inmediatamente introducida en la reflexión científica de la sociedad, su nivel de generalidad no permite hacer referencia a una delimitación observable. En política se pueden hacer llamamientos a la generalidad sin necesidad de distinguir, pero la ciencia requiere de conceptos específicos para realizar observaciones específicas. De ahí surge la duda de cuáles fueron las posibilidades de introducir este concepto a la discusión sociológica.

Recordemos que Adorno y Horkheimer desarrollan sus escritos en un momento histórico en el cual la reproducción técnica –donde la fabricación de los productos pasa por un proceso técnico que confía la homogeneidad a un artefacto mecánico y no a la destreza manual– se ha desarrollado al punto en que pasa a ser la norma y no la excepción. Provocando una nueva etapa en el proceso de globalización.

Este tránsito de pequeñas fábricas distribuidas por el globo a grandes industrias capaces de alimentar una demanda global, es justo el contexto en el cual estos autores comienzan a desarrollar su teoría. Para ilustrar este punto y a la vez mostrar la diversidad de industrias a la que hacemos referencia, podemos señalar que “en vísperas de la segunda guerra mundial, Hollywood producía casi tantas películas como todas las demás industrias juntas” (Hobsbawm, 1999: 198).

Podemos asumir que la motivación surge de la necesidad de generar una explicación a esta nueva relación de “contraste técnico entre pocos centros de producción y una dispersa recepción” (Adorno, 2009: 166) de lugares reducidos espacialmente que abastecen de algún producto al mercado mundial. Al respecto basta pensar en el lugar que juegan las industrias

chinas en la economía global actual. Actualmente para el análisis sociológico asumimos el hecho de que “las interdependencias de alcance mundial inciden en todos los aspectos del acontecer de la sociedad” (Luhmann, 2007: 16-17).

Esta amplitud del mercado mundial no es ni de cerca el comienzo de la globalización, sólo es una nueva fase en un proceso que comenzó varios siglos atrás. Pese a que el comercio fue sin duda una de las relaciones que motivó el enlace entre grupos humanos, será hasta el siglo XX que se consolidan centros de producción capaces de abastecer a la humanidad de un producto específico.

En esta lógica, Adorno y Horkheimer proponen una reapropiación del concepto de “masas”, toda vez que la fabricación en serie dirigida a consumidores de escala global presupone que entre ellos hay algo compartido que les permite consumir esos productos. Esos consumidores alcanzan una amplitud que ya no permite diferenciar entre sí ni clases, ni estratos, ni ninguna forma de grupo; se produce para la sociedad en conjunto sin distinción, de ahí se deriva que se produce para las *masas*, para la multitud indeterminada.

Incluso ante el cuestionamiento de la existencia de diferentes clases de mercado, derivado de gustos en los consumidores distintos o de la simple estratificación del poder adquisitivo, los autores contestan de manera tajante que “para todos hay algo previsto, a fin de que ninguno pueda escapar, las diferencias son acuñadas y propagadas artificialmente” (Adorno y Horkheimer, 2009: 168). Si existen distinciones en el mercado solo es en apariencia, pues para los autores oculta una misma lógica y vienen del mismo gran centro de producción.

Pero claro, esto representa para Adorno y Horkheimer un problema, un algo de lo que hay que “escapar”, porque las mercancías no son solo objetos, sino que bajo esos postulados teóricos las mercancías “ocultan” algo. El supuesto de que las cosas ocultan algo, es una vieja sospecha de la filosofía; que el objeto no se revela a los sentidos es una discusión desarrollada en profundidad por Kant (aunque es rastreable desde Platón). Marx dará un gran paso en la discusión –como bien señala Luhmann “antes de Marx la economía política era una ciencia natural del comportamiento económico nacional” (Luhmann, 1998: 297)–, al argumentar que aquello que está oculto (en las cosas en general y en la mercancía en

particular) es una construcción social y no una esencia trascendental o natural.¹ Porque los objetos no pueden relacionarse de manera objetiva (cien por ciento material), no son piezas exteriores a la construcción de sentido, no existen los objetos dados *a priori*.

Lo anterior no significa que existan dos dimensiones independientes como propuso Baudrillard “del sistema tecnológico hacia un sistema cultural” (Baudrillard, 2012: 6), sino que realmente todo cuanto se percibe como exterior tiene que ser construido. La técnica es una actividad humana que no se conecta de manera privilegiada con la materialidad, sino que construye una manera particular de conexión (acoplamiento), pero que pasa por un proceso de construcción de sentido que no emana de las cosas, sino que es un *sentido* construido por el observador.

Ya en *La ideología alemana* Marx señala que “al producir sus medios de vida, el hombre produce indirectamente su propia vida material” (Marx, 1970: 19), pero es el hombre el que la produce lo cual implica que no emana de ninguna parte, que no viene de las cosas mismas, sino de una construcción particular. Sin embargo, puede observarse que en Marx no hay una distinción tajante entre una dimensión puramente material y otra ideológica (o simbólica), ya que el “modo de producción no debe considerarse solamente en cuanto es la reproducción de la existencia física de los individuos. Es, ya más bien un determinado modo de la actividad de estos individuos, un determinado modo de manifestar su vida, un determinado *modo de vida* de los mismos” (Marx, 1970: 19). Se genera entonces una forma particular de organizar el orden social, que a su vez implica una propuesta de sentido que permita organizar el mundo exterior.²

Por tanto, se requiere un sentido compartido de construcción del mundo que sea organizado con supuestos similares para que las mercancías puedan realizarse. En el esquema clásico de la economía: producción, distribución y consumo, las tres etapas requieren del sentido propuesto en el producto sea compartido por los sujetos. Si actualmente hemos alcanzado

¹ Discusión desarrollada en profundidad en el texto *El Capital*.

² Con el término “propuesta de sentido” nos alejamos de Marx, pues no aceptamos la posibilidad de un sentido único o más verdadero. Por tanto, conceptos como el de “falsa conciencia” nos parecen insostenibles. Por el contrario en un acercamiento a Luhmann asumimos que el sentido “se produce exclusivamente como sentido de las operaciones que lo utilizan (...) y no una cualidad del mundo debida a una creación, fundación y origen” (Luhmann, 2007: 27-28). Por tanto lo que se construye son distintas posibilidades de sentido, de formas distintas de construir mundo.

una generalización de sentido que nos permite producir mercancías y potencialmente que sean consumidas en cualquier lugar del mundo, es resultado de una coordinación social altamente improbable.³

El hecho de que poblaciones distintas en diferentes latitudes puedan consumir mercancías similares, permite presuponer que comparten un sentido similar sobre la utilidad de esas mercancías. La cuestión de *cómo* se ha generado ese sentido en común y cómo ha alcanzado ese nivel de generalidad son la base de reflexión que lleva a Adorno y Horkheimer, a establecer la forma en la cual se constituye una significación global sobre ciertas mercancías. Así, para los autores, quienes siguen la tradición marxista, la respuesta tiene un soporte a partir de la base material. Porque si en el proceso de fabricación la capacidad técnica hace posible producir de manera masiva el mismo producto sin variación, entonces permite a industrias particulares abastecer al mercado mundial de una mercancía en específico.

Si bien esta observación es constatable en cualquier observación empírica, en cambio, lo que requiere un proceso de análisis es cómo esa mercancía logra ser aceptada/consumida en la sociedad global. Marcuse lo planteo como una expansión de la misma base material “el progreso técnico extendido hasta ser todo un sistema de dominación y coordinación” (Marcuse, 1989: 25), en tanto el desarrollo de una de las tendencias del capitalismo a la “homogeneización”, que en el capitalismo se expande del proceso de fabricación a la sociedad. Es decir, del proceso de fabricación de mercancías al de constitución de individuos.

Operativamente, y en su descripción del fenómeno, los autores utilizan la categoría de “masa” para designar a la sociedad de manera general, sin marcar ninguna diferencia al interior, dando a entender que la sociedad no es más que esa suma de cuerpos, sin embargo, reconocen que no es posible hablar de masa en cualquier época. La masa sólo puede constituirse en el capitalismo tardío, donde las condiciones materiales hacen posible el proceso de masificación, a través del desarrollo de la fabricación en serie que ha llevado –

³ Sobre la cuestión de la improbabilidad de estos enlaces Luhmann, Niklas (2007), “Los medios de comunicación”, *La sociedad de la sociedad*, Herder / Universidad Iberoamericana, México, pp. 145-324.

también– a la fabricación de subjetividades en serie. Esto constituye un núcleo central del argumento que exponen Adorno y Horkheimer en el famoso ensayo *La industria cultural*.

Respecto al supuesto del concepto “intersubjetividad”, éste se ampara y fundamenta sobre la existencia de necesidades comunes susceptibles de ser satisfechas a través de mercancías comunes a la población mundial. De esta forma se argumenta que “los estándares habrían surgido en un comienzo de las necesidades de los consumidores: de ahí que fueran aceptados sin oposición” (Adorno y Horkheimer, 2009: 166). Tal que Adorno se basa en la lógica de una aceptación pasiva, sin resistencia, que acopla necesidades predeterminadas a la propuesta de las mercancías fabricadas en masa. La mercancía estándar es creada entonces para necesidades estándar.

La afirmación anterior tiene lógica en una rápida descripción de la sociedad; sí, todos sentimos hambre y esa hambre puede ser satisfecha con una mercancía estándar como una hamburguesa de alguna cadena de comida rápida, tenemos la necesidad de vestirnos y podemos hacerlo con cualquiera de las grandes marcas de ropa. Sin embargo, el juicio planteado por los autores funciona (aparentemente bien) con necesidades “básicas” pero al confrontarla con otro tipo de necesidades trae problemas. Por ejemplo, si consideramos el esparcimiento como una necesidad, no es tan fácil decir que cualquiera podría satisfacerla con una película hollywoodense o con cualquier serie de televisión. Porque enlazar necesidad/mercancía requiere que se explique cómo se hace para que el productor y el consumidor establezcan la forma de satisfacer esa necesidad, y no solo atribuirla sobre la base de los deseos de quien observa.

Deberíamos incluso preguntarnos si como necesidad básica el hambre siempre es la misma. Como el mismo Marx problematiza, “el hombre es hombre pero el hombre que se satisface con carne cocida, comida con cuchillo y tenedor, es un hombre muy distinto de la de aquel que devora carne cruda con ayuda de sus manos, uñas y dientes” (Marx, 1989: 42). Es decir, incluso la forma de satisfacer las necesidades no está programada sino que debe ser aprendida y por tanto es una construcción social, que no emana de los instintos ni los genes.

Pensemos, por ejemplo, que un practicante judío se negará comer carne de cerdo aunque ésta podría satisfacer su necesidad alimenticia, al igual que un practicante hindú se negaría ante la carne vaca, de la misma manera varios grupos humanos no consumen (o solo en

circunstancias excepcionales) ciertas especies de animales y plantas comestibles porque los consideran sagrados o malignos, porque en realidad no hay nada objetivo ni determinado por la biología en el consumo⁴.

Al observar este problema Bolívar Echeverría reflexiona en torno a la producción y consumo, y hace notar que se debe establecer un sentido compartido para que producción/consumo se vinculen. El autor realiza una reinterpretación del diagrama “el proceso de comunicación” de Jakobson para señalar la dificultad (nosotros diríamos improbabilidad) y el nivel de coordinación que requiere el enlace de productos, para entonces señalar que el proceso de producción/consumo es a la vez un proceso comunicativo. En otras palabras, que la comunicación es un proceso particular de producción. Bolívar Echeverría hace un símil del productor con el emisor-ego (rol activo) y del consumidor con el receptor-alter (rol pasivo) y señala: “en la fase productiva sucede como si el sujeto humano intentara ‘decir algo’ a ese ‘otro’ que será él mismo en el futuro ‘inscribiéndolo’ en el producto útil; intención que se cumpliría en la fase consuntiva cuando él mismo deviniendo en ‘otro’, ‘lee’ dicho mensaje en el útil producido” (Bolívar, 2001: 74). De esta manera para Echeverría la realización del intercambio de productos requiere (o implica en sí mismo) un proceso comunicativo.

Es dable entender entonces que así se establece el que los productos son creados con una intención, que se basa en la construcción de un sentido, y que dicho sentido puede quedar entonces impreso en la forma material del objeto. Solo que es importante observar que el sentido no es aprehensible para el otro de manera objetiva y empírica, así es que al igual que la comunicación se basa en la codificación (en el uso de signos), y la producción también usa la codificación pero en los objetos y para que el enlace entre los dos roles (ego/alter o productor/consumidor) se lleve a cabo es necesario que ambas partes tengan la habilidad desciframiento/desciframiento del código.

Bolívar Echeverría asume este modelo para la producción en general, lo cual enlaza una correlación equilibrada entre consumo y producción, tal que se asume que uno pasa de una

⁴ Lo cual no se opone, a los postulados de autores como Marvin Harris, quien en su obra *Bueno para comer* (1985), muestra como algunos factores materiales orientaron la alimentación de diferentes culturas, en todo caso nos ayuda a reforzar como a pesar de que esos factores desaparecieron se mantuvo la orientación por motivos ideológicos.

posición a otra en condiciones de reciprocidad. Este modelo genérico implica una construcción social diluida en simultáneas operaciones sin lugares privilegiados para la producción. Por ello el autor enfatiza que “el ‘mismo’ sujeto, en tanto que consumidor de objetos concretos, está siempre dejándose modificar en su modo de vida por los productores de los mismos. Todos los individuos sociales, y no sólo el sujeto social global, están en un proceso permanente de ‘hacerse’ a sí mismos, intentando ‘hacer’ a los otros y dejándose ‘hacer por ellos’ (Echeverría, 2001: 89).

En su facticidad, esto implica un gran proceso de intercambio de productos –que presupone para el autor un gran proceso comunicativo— que se basa en la corresponsabilidad. La sociedad se constituye mutuamente donde la producción y la comunicación está distribuida, pero esto no refiere al acto material de producir sino a la capacidad de planear la producción, de dotarla de sentido. Lo anterior contrasta con los planteamientos de Adorno y Horkheimer para quienes la producción global se encuentra controlada (es decir con el sentido y la intención definidos) por la clase burguesa, y aun cuando no señalen explícitamente que la producción es a la vez un proceso de comunicación, es claro que postulan que la mercancía transmite un mensaje.

Como se indicó, para Echeverría los múltiples procesos de producción implican que uno siempre se *deja* modificar (en su rol pasivo) pero también *intenta* modificar a otro (en su rol activo). Esto es muy importante porque abre distintas posibilidades y no genera un determinismo (aunque se mantiene la relación causa-efecto), ya que si soy modificado por el sentido construido por otro es porque lo he permitido, de la misma manera, yo puedo intentar modificar al otro, pero ello será solo un intento.

Al anverso, para Adorno y Horkheimer las posibilidades de los consumidores se han cerrado en la industria cultural, sus reacciones han quedado determinadas. Para ellos “el espectador no debe necesitar de ningún pensamiento propio el producto prescribe toda reacción” (Adorno y Horkheimer, 2009: 82); idea que nos regresa a las viejas concepciones que consideran a los sujetos como meros receptores pasivos, a quienes también se les niega un rol activo en la producción.

No obstante, tampoco lo sugieren como una condición *a priori* de los sujetos, sino como una consecuencia de la Industria Cultural, porque una vez que dicha industria queda

instalada –según los autores– ya no hay posibilidad de reconocer la singularidad en los sujetos, y sentencian: “en la industria cultural el individuo es ilusorio”, es borrado en cuanto se produce con un sentido homogéneo y él es un receptor pasivo, incluso sus reacciones están controladas (Adorno y Horkheimer, 2009: 199).

Negri, en su intento por superar la idea de una gran industria articulada constructora de la subjetividad, propone que en realidad esta capacidad se encuentra fragmentada, que “una manera adecuada de concebir las diversas instituciones de la sociedad moderna es imaginarlas como un archipiélago de fábricas de subjetividad”, así la posibilidad de crear subjetividad se distribuye en diferentes organismos en la sociedad, no dándole a un solo ente el gran poder de guiar la vida en sociedad (Negri, 2000: 189).

Sin embargo, la postura de Negri es problemática al seguir suponiendo que es posible fabricar subjetividad. Es decir, de determinar al receptor a una sola posibilidad de aprehensión, negando la capacidad del surgimiento de lo distinto, de la contingencia, de la *incertidumbre* (Luhmann. 2007).

Ahora, si la sociedad actual está predeterminada (por la industria de la cultura o por las “fábricas de la subjetividad”) ¿cómo explicar entonces el surgimiento de lo “nuevo”?, o ¿acaso alguien podría sostener actualmente que es posible predecir el comportamiento de la sociedad?

Es imprescindible reconocer entonces la capacidad de los sujetos/observadores de interpretar (y reinterpretar) toda comunicación, en caso contrario, no es posible avanzar en la reflexión al seguir considerando que es posible determinar las respuestas de los sujetos a diversos estímulos. Sin embargo, esto tampoco implica desconocer que existen comunicaciones cuyo propósito es justamente estimular respuestas específicas, pero habrá que aceptar también que no hay nada capaz de asegurar que logren dicho propósito, ya que siempre existe la posibilidad de elegir.

Una vez que reconocemos la capacidad de elegir, entonces surge la duda ¿en qué medida sigue siendo plausible usar la categoría de “masa”?

Como hemos observado, cuando se hace una diferencia se pueden observar distintos fenómenos, por ejemplo: la diferencia capital/trabajo permite observar diversos problemas en el ámbito de la economía, amén que la preponderancia de una visión económica en la

observación sociológica ha nublado la capacidad de observar fenómenos propiamente sociales (cuestión que Weber ya había señalado en la ética protestante).⁵ De la misma manera la diferencia status/rol usada por Parsons ayuda a observar la relación entre lo ya establecido y las posibilidades de agencia dentro de la estructura, pero deja de lado cuestiones como el cambio histórico. Con esto no estamos sugiriendo que exista una diferencia adecuada (u óptima) para observar la sociedad, solo que distintas diferencias permiten observar fenómenos diferentes así como también establecen diferentes puntos ciegos.⁶

Señalamos que en la explicación articulada por Adorno y Horkheimer “masa” aparece como un opuesto de “individuos”, tal que y retomando su uso histórico se usa la categoría de “masa” para señalar la multitud homogénea, en contraposición con la premisa operativa de la modernidad de una mayor individualidad. Pero más allá de las contraposiciones y sensibilidades, el hablar de “individuos” nos llevaría a reconocer la capacidad de diferenciarse los unos de los otros y de toma de decisiones diferenciada, cuestiones de las cuales la conceptualización de “masa” carece. Entonces la diferencia masa/individuo solo ayuda a mostrar lo deseable y lo indeseable, pero no permite la reflexión, sobre todo cuando se establece como una denuncia más que como un problema.

Sin embargo, si separamos la cuestión de los cuerpos biológicos y asumimos la “masa” como una intención comunicativa, es posible dar un rumbo distinto al problema. Asumimos entonces que existen comunicaciones dirigidas a un público homogéneo y anónimo cuyo objetivo último es difundirse, pero las masas serían aquí solo un supuesto para la orientación de la comunicación, lo cual implica separamos de la idea de que efectivamente se lleve a cabo un proceso de homogeneización.

En esta lógica, aplicaría entonces la diferencia entre comunicación particular/comunicación masiva. La primera se refiere a la comunicación que se crea en referencia a ámbitos

⁵ Weber señala: “materialismo y espiritualismo son interpretaciones igualmente posibles, pero como trabajo preliminar; si, por el contrario, pretenden constituir el término de la investigación, ambas son igualmente inadecuadas para servir a la verdad histórica” (Weber, 2012: p. 265-266). Con esto Weber quiere mostrar los límites que ha tenido para la sociología el privilegiar un aspecto particular de la sociedad como el preponderante.

⁶ Para profundizar en la observación y el punto ciego, Spencer-Brown, George (1994). *Laws of form*, Cognizer Connection, Portland, EUA.

específicos de la sociedad, tomando como referencia los sistemas sociales que plantea Luhmann (política, derecho, arte, economía, ciencia), en donde la comunicación particular se reproduce al interior de uno de estos sistemas (orientada por un específico medio de comunicación simbólicamente generalizado). Mientras que la comunicación masiva no busca irritar a ninguno de los sistemas en particular, sino simplemente difundirse (Luhmann, 2000).

También es necesario aclarar que esto no determina nada, ni la comunicación está determinada de ninguna forma: una comunicación formada en el sistema de la política puede difundirse de manera masiva, pero nada garantiza que una comunicación orientada a la difusión masiva logre su cometido. También nos desembarazamos de los “efectos” que estas comunicaciones tengan en la psique de los sujetos, ya que es imposible predecir las reacciones que tendrán dichas comunicaciones, simplemente porque el sujeto siempre tiene la posibilidad de elegir qué se retiene y qué sentido se le da.

Por lo tanto, y sobre la base de las características operativas que hemos señalado en torno al concepto *masa*, solo admitimos una definición dirigida a las comunicaciones y no a un estado de la sociedad, en tanto comunicación observable.

1.2 Clasificación y orden

Luego de revisar el concepto de *masa*, analizaremos otro eje que deviene relevante en torno a la construcción del concepto de “industria cultural”. Esto es el tema referente a la articulación del orden social y de cómo la Industria Cultural jugaría un papel relevante en su construcción.

Desde la introducción de la diferencia proletarios/burgueses a la reflexión sobre la sociedad, surgió la pregunta sobre qué era lo que permitía que el orden se mantuviera en esa relación de apropiación del trabajo impago de los proletarios por parte de los burgueses. Marx es ya lo suficiente reflexivo para no atribuirlo a una relación simple de sometimiento

a la fuerza, sabe que ese orden aparece como válido y aceptado, lo cual sólo pospone la pregunta para su reformulación, ¿qué hace posible que este orden sea aceptado?⁷

Para Marx surge la necesidad de plantear entonces la diferencia entre conciencia histórica/falsa conciencia, diferencia que postula, en el primer caso un conocimiento de las fuerzas históricas y sus leyes, al que es posible acceder a través del método científico en general (y del materialismo histórico en particular). Así para el portador de la falsa conciencia “las verdaderas fuerzas propulsoras que lo mueven, permanecen ignoradas para él; de otro modo, no sería tal proceso ideológico. Se imaginan, pues, fuerzas propulsoras falsas” (Engels, 2016).

Cabe mencionar que no hay otra definición por parte de Engels o de Marx que desarrolle de manera más amplia el concepto de la “falsa conciencia” (otros autores como Gramsci o Althusser desarrollaran el problema), lo cual deviene en problemático ya que los textos de Marx y Engels no nos permite explicar de dónde surge esta falsa conciencia y luego cómo es que se reproduce. Esto nos lleva a un punto sin salida pues y como señala Sloterdijk, “si cada conciencia es justamente tan falsa como corresponde a su posición en el proceso de producción y dominio, seguirá necesariamente encerrada en su falsedad mientras el proceso siga su curso. Y que este proceso está en marcha lo corrobora, por supuesto, el marxismo día a día, hora a hora” (Sloterdijk, 2003: 86).

Queda señalado entonces que el apelar a la “falsa conciencia” se vuelve un recurso retórico, que justifica la lectura ‘vanguardista’ del marxismo, pero que no genera una explicación científica de la misma. Si la diferencia entre conciencia histórica/falsa conciencia viene a señalar de manera tajante un lado positivo (deseable) y un lado negativo (indeseable), en cada análisis el observador se autocolocará siempre en el lado de la conciencia histórica y atribuirá el lado de la falsa conciencia a otros, limitando el análisis, porque siempre se partirá del postulado de que uno se encuentra del lado positivo de la diferencia. Entonces

⁷ Al respecto recordemos que Weber señala como una característica de la dominación legítima la aceptación de los dominadores por parte de los dominados (Weber, 2014).

solo restaría juzgar de manera determinante a los otros en función de lo que se considera la verdadera conciencia (operación típica de la moral).⁸

Esta observación, sin embargo, podría no atribuirse a Marx pues es un concepto que solo menciona y que no desarrolla, por tanto queda la duda sobre si se hubiera comprometido a su uso o si hubiera aceptado su aplicación. Lo que sí podemos decir sin entrar a ámbitos especulativos, es que esta diferencia siguió operando en reflexiones posteriores como es el caso de Adorno y Horkheimer.

Recordemos que para Adorno y Horkheimer fue realmente interesante cómo en los momentos en que la democracia liberal aparece ya como un paradigma consolidado surge de nueva cuenta un regreso al autoritarismo. Un autoritarismo que no representa casos anómalos como el nazismo o el stalinismo, sino que viene a ser considerado solo como los casos más notorios de un autoritarismo generalizado en la sociedad mundial, el cual se asume también como un problema que escapa al puro dominio a través de la fuerza, toda vez que existe la aceptación de este control social. Como señalan los autores, bajo el monopolio privado de la cultura, “la tiranía deja el cuerpo y va derecha al alma. El amo ya no dice: ‘Pensad como yo o moriréis’. Dice: ‘Sois libres de pensar como yo. Vuestra vida, vuestros bienes, todo lo conservaréis, pero a partir de ese día seréis un extraño entre nosotros’” (Adorno y Horkheimer, 2009: 177-178).

El problema surge entonces de la construcción de un dominio basado en el “monopolio privado de la cultura”, el cual es muy complicado entender en la dimensión a la que se refieren estos autores, toda vez que no hay una definición puntual de ‘cultural/cultura’, lo cual nos obliga a construir una definición posible interpretando el cuerpo general del texto.

Debemos preguntarnos ¿en qué sentido es posible establecer un régimen privado de la cultura? Para lograrlo tendría que ser posible arrebatársela o manipularla para volverla excluyente, y a menos que comprendamos la cultura como un objeto esto no es posible, ya que si aceptamos la idea de cultura como relación social (en un sentido general) no puede establecerse como una relación susceptible de ser privada, ya que no es posible apoderarse

⁸ Desde la teoría de sistemas la moral “se distingue únicamente por la codificación específica de aprecio/menosprecio (bueno/malo)” (Luhmann, 2007: 313), donde uno suele colocarse siempre del lado de lo “bueno” e indicar lo “malo” en el entorno.

de ella para obligar a los sujetos a operar la relación siempre de la misma manera o de una manera específica, prescrita.

Aquí hay que agregar a la idea de la Industria Cultural, un concepto que refleja de una manera interesante la inexistente división entre estructura y superestructura, ya que es un ejemplo claro de la articulación de dos planos que no pueden desembarazarse. La industria (referida como un medio de producción) tiene en el capitalismo y desde la teoría marxista un sentido privado, controlado por la burguesía. Mientras que la “cultura” es una categoría que abarca la generalidad absoluta –tan omniabarcador como el concepto de lo “social”– e indica una cualidad presente en cualquier actividad o expresión.

Por tanto, el concepto “Industria Cultural” busca marcar una diferencia entre la cultura en general y la cultura producida de manera industrial, sin embargo, lo que ambos lados de esta diferencia significan no se clarifican en el texto (Adorno y Horkheimer) y solo podemos intuir que se establece por un lado: una forma “natural” o precapitalista de generar la cultura de la sociedad (insistimos: resalta que en la *Industria cultural* no se da una definición del concepto de cultura) y por otro, una forma industrial de reproducción de la cultura. Precisamente, es a este lado al que los autores dedican su análisis, enfocándose en las consecuencias sin responder de manera clara el ¿qué? Pero sobre todo el ¿cómo? Es decir, qué se entiende por una cultura que puede ser reproducida de manera industrial y cómo es posible que se dé ese proceso.

Si la cultura se produce de manera industrial, se puede entender que tenga el carácter de privativa, ya que “la cultura industrial” es producida en medios privados (fábricas, estudios, disqueras), entonces la cultura industrial estaría inmersa (como esencia) en las mercancías que son producidas.

Si para Bolívar Echeverría la cultura sería un sentido general a cualquier producto del trabajo humano, ya que en toda producción habría un sentido con que se produce y en la capacidad de comprender este sentido estaría la dimensión cultural; para Adorno y Horkheimer solo las mercancías surgidas en la Industria de la Cultura serían capaces de transmitir un sentido particular al ser consumidas, lo cual constituye la ‘particularidad’ de la industria cultural. Sin embargo, si no sabemos a qué se refieren, si en los textos se carece de una definición puntual sobre las mercancías de la Industria Cultural, más bien el

análisis se concentra y aboca al análisis de las causas y efectos del concepto, pero sin delimitar sus fronteras, sin delimitar lo que debe quedar dentro y lo que queda fuera.

Quizás por esa falta de precisión sobre las mercancías de la industria cultural, Félix Guattari señala que “cultura-mercancía [...] son todos los bienes: todos los equipamientos (como las casas de cultura), todas las personas (especialistas que trabajan en este tipo de equipamiento), todas las referencias teóricas e ideológicas relativas a ese funcionamiento, todo lo que contribuye a la producción de objetos semióticos (como libros, películas) difundidos en un determinado mercado de circulación monetaria o estatal” (Guattari, 2006: 30).

Definición que nos ayuda a generar otros elementos de problematización y reflexión. Por un lado, amplía el concepto de Industria Cultural a especialistas e instituciones y a todos aquellos organismos que se articulan para generar las mercancías de dicha industria, denominadas por Guattari “cultura-mercancía”. Por otro, también profundiza la cuestión del sentido que se oculta en dichas mercancías, esto es que transportan consigo una dimensión semiótica (y no ‘falsa conciencia’).

Por objetos semióticos se hace entonces referencia a un objeto cargado de signos –y aquí es plausible usar la definición clásica de Saussure: “llamamos signo a la combinación del concepto y de la imagen acústica (...) y proponemos conservar la palabra *signo* para designar al conjunto, y reemplazar *concepto* e *imagen acústica* respectivamente con *significado* y *significante*” (Saussure, 1983: 139)–, lo cual implicaría que dichos objetos sean capaces de transportar signos. Por ejemplo, es evidente que una película a través de los diálogos expresa la articulación de varios signos, al igual que una canción que contiene letra. Pero en realidad el problema se vuelve más complicado cuando asumimos que una imagen o una melodía también pueden ser un signo.

Al revisar el papel de la “masa” en el apartado anterior, pusimos de relieve que uno de los supuestos del concepto “Industria Cultural” es que los consumidores tendrán la misma actitud ante la mercancía de dicha industria, ahora abordaremos de fondo qué implica o se entiende por tomar la ‘misma actitud’, es decir, de aprehender de la misma manera dichas mercancías.

Al respecto, se hace necesario puntualizar que ya no podemos seguir refiriendo en nuestro análisis a mercancías en general, puesto que el análisis de la cuestión de los signos no requiere de su perspectiva material. Saussure señala que la “sustancia material de las palabras” no constituía objeto de estudio de la lingüística en tanto que no pueden afectar de manera directa el “sistema de signos” (Saussure, 1983: 83). Por tanto, el contenedor material de los signos no es negado, solo queda como un presupuesto, y tampoco se afirma que a partir de otras diferencias no sea útil su análisis.

En consecuencia, no haremos referencia a las mercancías de la Industria Cultural, sino a las “comunicaciones” de la Industria Cultural, lo cual tiene un sentido analítico para su estudio pero que no niega que se pueda seguir comprendiendo como mercancía. Este abordaje conceptual nos permite delimitar el problema antes planteado. Hemos señalado que la Industria Cultural es particular en cuanto se fundamenta en la reproducción de signos, y si éstos están adheridos a una mercancía es difícil precisar el cómo analizar, además desde qué criterio para decidir en qué mercancías existen signos y en cuáles no. Pero al utilizar comunicación entonces delimitamos y asumimos que sólo aquello que comunica contiene signos (porque evidentemente, *solo la comunicación comunica*). De la misma manera que toda comunicación surgida de la Industria Cultural contiene signos.

Entonces es posible aplicar a toda comunicación la diferencia (de las dos partes del signo) “significante/significado”, por tanto el interés se vuelca sobre el “qué” signos transmite la Industria Cultural o, de manera más precisa, en la relación significante/significante que construye, lo cual implica un reto de selección en relación con la inmensa cantidad de comunicaciones que pueden ser atribuibles a esta industria, sobre todo cuando la capacidad de procesamiento siempre será superada por las diferentes operaciones que se desarrollan en ella.

Teniendo en cuenta esta unión de significado/significante (no fija sino construida), podemos releer la lógica de Adorno y Horkheimer bajo la cual la Industria Cultural juega un papel en la creación de orden y dominio, ya que sería a través de este comunicar signos y de la interiorización de los receptores que se obtiene la aceptación de una propuesta de realidad, la cual se convierte en un supuesto base para hacer que las masas respondan de una manera predeterminada a una situación específica.

El enlace significante/significado es señalado por Marcuse como un objetivo de la Industria Cultural, donde “se espera que el lector o el oyente asocia (y lo hace) con ellas una estructura fija de instituciones, actitudes, aspiraciones, y se espera que reaccione de una manera fija y específica”. Al referirse a la asociación de “estructuras fijas” el autor no comprende signos aislados sino formando una organización entre ellos, sus interdependencias y también les asigna la cualidad de fijeza y por tanto de inmutabilidad al ser recibidas. Además, abre el panorama sobre lo que puede ser ese colmado del significado (Marcuse, 1989: 111).

El supuesto del ensamble de un significante y un significado (y por tanto de creación de signos) descansa en la articulación masiva en diferentes medios de comunicación. Si algo caracteriza a la Industria Cultural es su gran capacidad de difundir sus comunicaciones, que concuerdan con otras comunicaciones venidas de lugares distintos (como –por ejemplo– diferentes productoras de cine) pero que se pueden reconocer como similares.

Para Adorno y Horkheimer esta concordancia no era casual, sino que era prometida y construida y así “los gigantes de las agencias culturales, que armonizan entre sí como sólo un administrador con otro, independientemente de que éste proceda del ramo de la confección o del collage, han depurado y racionalizado desde hace tiempo el espíritu objetivo” (Adorno y Horkheimer, 2009: 179). La idea de la articulación se vuelve muy importante entonces para la formación del signo, ya que si se crearán distintos signos en cada comunicación de la Industria Cultural se perderían en la multitud. Lo que la observación propone es que esta posibilidad de construir signos se basa en su repetición masiva de distintas fuentes que participan de un mismo tipo de comunicación. Pero, ¿es esto suficiente para formar ese lazo?

Para discutir este supuesto es necesario recordar que “el lazo que une el significante al significado es arbitrario” (Saussure, 1983: 139) y a esta altura queda claro –como hemos señalado– que la comunicación de la Industria Cultural tendría como fin fijar una cierta relación entre significante/significado. Lo anterior vale la pena recordarlo una vez más ya que siempre existe una gran tentación por obviar esta diferencia y darla por natural, siendo que esta tendencia se reproduce tal vez por comodidad pero lleva a consecuencias peligrosas.

Peligrosas, puesto que asumir la linealidad estrecha de un significante con una sola posibilidad de significado es normal en el pensamiento práctico, pero en la reflexión científica no permite generar problemas de investigación, por el contrario, nos lleva a navegar en el sentido común al asumir los significados como naturales, trascendentales o a *apriorísticos*. Al respecto, Derrida denuncia esto como “el mito idealista de la *presencia* del significado en la mente del hablante” (Derrida, 1989: 11), lo cual restringe toda posibilidad de cuestionamiento sobre el uso de los conceptos.

Precisamente, lo anterior es problematizado en sus últimas consecuencias por Derrida, al señalar que las palabras como significantes en realidad no traen como de suyo una presencia, sino una ausencia, un vacío que debe ser llenado. Las palabras son solo una “metáfora” de aquello que señalan, pero nunca son lo señalado, y este problema está presente en toda comunicación. Como él mismo afirma: “quisiera definir literalmente la metáfora pero ello me obliga definirla con más metáforas”, porque explicar una ausencia requiere del despliegue de nuevas ausencias que también requieren ser explicada y que siempre podrían explicarse de una manera distinta (Derrida 1997: 36).

Abrir el problema de la posibilidad de una lectura siempre distinta, de lo infructífero de buscar la esencia de la comunicación, implica “una retirada que deja al suspenso el ser” (Derrida, 1997: 56); la imposibilidad de hacer presente realmente al significado.⁹ Es decir, se cae en una problema irresoluble con el que ahora podemos contentarnos en desarrollar, o como Luhmann diría en “desparadojizaciones” (Luhmann, 2015: 21), y no en dar una respuesta tajante o cerrada sino simplemente en desarrollar y plantear nuevas preguntas y nuevas observaciones.

Como se ha señalado, Adorno y Horkheimer instalan el problema del cómo la Industria de la Cultura es capaz de fabricar el enlace significante/significado en las conciencias de las masas, cuyo desarrollo de la cuestión se reduce a una implantación casi mecánica, a un proceso de transferencia donde los sujetos solo introyectan las comunicaciones de la Industria Cultural sin oponer resistencia, lo cual termina prescribiendo el proceso en lugar

⁹ Sobre Derrida es necesario hacer un señalamiento; en este texto es utilizado para exponer un problema, pero con el resto de las implicaciones de su filosofía no podemos comprometernos, la precaución se fundamenta en que en lo citado Derrida se refiere solo a los textos escritos y es ahí donde gravita su discusión, llevarlo a reflexión de la sociedad es una extrapolación que debe hacerse con mucha precaución.

de analizar cómo es que éste se da. Así, el supuesto teórico de la masa como un cuerpo homogéneo y pasivo, cobra aquí graves consecuencias ya que articula una relación “evidente” entre comunicaciones de la Industria Cultural y Masas (en donde la primera es la causa de la segunda), estableciendo una relación causal y lineal.

Entre los autores que observaron la necesidad de superar esta cuestión, y profundizar en esta relación más allá de los determinismos, destaca Roland Barthes quien propone observar el concepto de Industria Cultural en forma de comunicación dejando en suspenso cómo es que esto es recibido por las masas. En su texto *Mitologías*, Barthes asume “dos decisiones: por una parte una crítica ideológica dirigida al lenguaje de la llamada cultura de masa; por otra, un primer desmontaje semiológico de ese lenguaje” (Barthes, 1999: 10). De esta manera Barthes establece un método de observación para el análisis de las comunicaciones de la Industria Cultural, que promete no caer en juicios rápidos sobre el contenido y propósito de dichas comunicaciones.

Barthes también se plantea entonces hacer una revisión de distintas comunicaciones surgidas de ese conglomerado de fuentes que podemos llamar Industria Cultural, para observar qué se comunica al descomponer esos mensajes a través de la diferencia significado/significante. En toda la primera parte de la obra el autor enlista y explica las recurrencias que pudo observar en relaciones conceptuales específicas (es decir en el lazo significativo/significado), para concluir que de lo que se tratan dichas comunicaciones es de llenar de significados a diversos conceptos a través de la recurrencia, forma en la cual el espectador llegará a asumir “que así debe ser”, como señalan Adorno y Horkheimer al “ideal de la naturaleza en la industria, que se afirma tanto más imperiosamente cuanto más la técnica perfeccionada reeduca la tensión entre la imagen y la vida cotidiana” (Adorno y Horkheimer, 2009: 173), porque así se ha representado en las comunicaciones de la industria cultural, porque incluso no es mostrado como comunicación (como un diálogo. por ejemplo) sino sólo como hecho, como una vivencia perceptible, como escenografía, escena de relleno, etcétera.

En este sentido, lo que se construye en las comunicaciones son “mitologías” del mundo exterior, referencias que son interiorizadas como hechos vividos, cuando en realidad son comunicaciones, propuestas de sentido entre una multiplicidad de posibilidades. En este

sentido “el mito no podría ser objeto, un concepto o una idea; se trata de un modo de significación, de una forma” (Barthes, 1999: 19). Es decir, de un conjunto de enlaces significado/significante que estructuran el contenido de múltiples formas.

Por lo tanto, se construyen formas que proponen una articulación específica de las dimensiones significado/significante, y como en toda forma construida se seleccionan posibilidades de sentido dejando de lado otras opciones, lo cual debe ser reconocible para cualquier comunicación. Sin embargo, de lo que Barthes da cuenta es de un proceso de ilusión social en el cual las comunicaciones se hacen pasar como si fueran las cosas en sí. Aquí se podría hablar incluso de la tendencia contraria a los postulados derridianos de explorar las posibilidades de significado y de poner incómoda la relación unívoca; porque en las comunicaciones de la Industria Cultural se da la tendencia contraria al cerrar las posibilidades de manera que sus comunicaciones pasen como las representaciones –totales– del mundo exterior.

El proceso comunicativo de la Industria Cultural concebido de esta forma, dificulta poder establecer entonces la diferencia entre lo que se ha establecido como mensaje y lo que solo ronda como escenografía (que tanto puede comunicar sonidos, imágenes y textos de manera simultánea), y dificulta saber lo que se dice y poder aplicar la diferencia significado/significante para observar el sentido con el que se ha construido la forma. En ese sentido van destinados los esfuerzos de Barthes en tratar de encontrar la lógica de construcción de la forma, a través del análisis de la estructura comunicativa en la Industria Cultural, esfuerzo problemático y arbitrario también, puesto que nadie sabe realmente cuál es el sentido (o la intención) de una comunicación, manejando siempre un rango especulativo y atributivo.¹⁰

Lo anterior, sin embargo, no hace que deje de ser un aporte valioso ya que devuelve la duda, regresa la incomodidad a estas comunicaciones, al poner en relieve que no son las cosas sino las comunicaciones las que proponen un cierto sentido, aunque mantenemos el escepticismo sobre la posibilidad de obtener el ‘sentido objetivo’ de las comunicaciones, ya que el sentido de la comunicación que le imprime “ego” a los significantes no tiene

¹⁰ Con atributivo (de atribución) nos referimos a la argumentación en la cual las observaciones de ego se justifican en función de la acción de alter, en términos simples, se opera desde la valoración particular propia hablando por el otro.

posibilidades de transmitirse, y es sin duda construido en la psique individual de cada “alter” al ser recibido. Es decir, lo que ‘realmente’ se quería decir pierde relevancia ante la significación particular de cada sistema psíquico,¹¹ y aún más ante los efectos de significación que socialmente alcance.

Al referirse a la comunicación de la Industria Cultural y las masas como receptoras, Marcuse señala que “el concepto tiende a ser absorbido por la palabra. Aquél no tiene otro contenido que el designado por la palabra de acuerdo con uso común y generalizado (...) la comunicación impide el desarrollo genuino del significado” (Marcuse, 1989: 107); señalando en lo fundamental que con las palabras y la comunicación se pasa de una interpretación abierta a una tendencia cerrada a la relación lineal y unívoca con el significado.

Es en este punto en donde marcamos nuestra distancia en relación con la existencia de un significado “genuino”. En realidad, consideramos que la cuestión es el desarrollo de los posibles significados y no de uno como si fuera el “ser” de la comunicación. Si la comunicación de la Industria Cultural tiende al cierre del juego de posibilidades de la significación, tiende también a la univocidad y al cierre de posibilidades de diversas significaciones, al repetir de manera masiva una relación específica significante/significado.

Aquí también es reconocible que los autores han caído en un estructuralismo determinante, ya que no observan ninguna posibilidad de variación, de generación de nuevas significaciones, de lo que en la tradición sociológica se ha denominado “agencia”, más aún cuando se señala que la tendencia social del espectador de las comunicaciones de la Industria Cultural es “la atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del actual consumidor cultural” (Adorno y Horkheimer, 2009: 171), lo cual lo anula como agente. El señalamiento a la imaginación no debe ser tratado como un elemento menor en cuanto se le puede considerar como la posibilidad de creación de otras posibilidades, como el elemento creador de los sujetos de lo distinto, donde reside realmente la expectativa de que se construya algo nuevo.

¹¹ Aquí describimos el problema de la doble contingencia, el cual se refiere a que cuando ego y alter entablan una comunicación, es indeterminado lo que ego comparte y lo que alter comprende. Al enfrentar este problema desde la sociología destacan los intentos de Parsons y Luhmann.

Entendiendo esta imaginación no como una mera capacidad cognoscitiva sino como una capacidad social de transformarse continuamente, o como diría Castoriadis de *lo imaginario radical* (Castoriadis, 2013) como capacidad autoconstitutiva de la sociedad de crear y recrearse de manera continua, se *fragmenta* el nivel de determinismo al que nos lleva el asumir que las masas pierden esta capacidad imaginativa, esa espontaneidad de siempre poder ser distintas.

Podemos, además, poner en cuestionamiento la capacidad de la industria de la cultura de jugar un papel en el mantenimiento del orden de la sociedad y como controlador de masas. Si bien Adorno y Horkheimer no la consideran la única institución de control, sí le asignan un papel incuestionable en el control de las masas, atribuyéndole la capacidad de lograr significaciones específicas, como fábrica de signos y de “cerrar los sentidos de los hombres, desde la salida de la fábrica por la tarde hasta la llegada a la mañana siguiente” (Adorno y Horkheimer, 2009: 176). Esto implica la imposibilidad de interpretar distinto lo que se recibe como mensaje, dando al receptor un papel pasivo de espectador/consumidor y de mero contenedor de significaciones.

El estado cerrado (determinista) de la comunicación es una tesis que no podemos ya sostener, pues tenemos que reconocer que nada impide a las masas (entendidas como los receptores hipotéticos de las comunicaciones de los *mass media* y solo en ese sentido) generar maneras distintas de significar estas comunicaciones. Toda comunicación siempre –como señala Barthes– “puede pasar de una existencia cerrada, muda, a un estado oral, abierto a la apropiación de la sociedad” (Barthes, 1999: 108). Esto en un juego permanente y además potenciado en la modernidad de la sociedad moderna¹², en donde las comunicaciones pasan por un momento sumamente álgido de circulación y apropiación social, lo cual nos obliga a analizar con más detenimiento “la vida de los signos en el seno de la vida social” (Saussure, 1983: 73). Es decir, el *cómo* se construyen y cómo son usados en la construcción de la sociedad.

Sin embargo, aún existen aspectos por observar en la comunicación de la Industria Cultural. Aunque el papel como controlador y ordenador de las masas que le han atribuido no es compartido por nosotros, también es indudable que genera orientaciones de cómo “leer” el

¹² La modernidad de la sociedad se refiere a que “la sociedad moderna se designa a sí misma como moderna y que asocia una valía a esa designación” (Luhmann, 2007: 802)

mundo, estructuras de sentido que difunden y quedan como un referente para la sociedad (aunque en cualquier momento puedan ser descartadas). Lo cierto es que una vez que esta “opinión pública” se difunde (independientemente si se acepta o no) existe en sí misma y por tanto es inevitable que aparezcan en el horizonte un sinnúmero de posibles significaciones comunicativas. Aunque no nos gusten ciertos símbolos por considerarlos estereotipados, el solo hecho de reconocerlos ya es muestra de que persisten como comunicación.

Una observación que queda pendiente es si la función de la industria cultural no es o es el control y el orden, ¿cuál si lo es?

1.3 El arte como mercancía

A estas alturas del análisis puede parecer un tanto extraño que no nos hayamos enfrentado directamente al concepto de “industria de la cultura”. Esto se debe al intento de desmontar sus elementos y generar los presupuestos suficientes para comenzar en el segundo capítulo con un ensamblaje de los elementos que hasta ahora hemos deconstruido. Por ahora nos hemos centrado en observar dichos presupuestos (en cuanto a masa), sus efectos (en el tema del orden/control) y ahora nos acercamos a él a través de la diferencia que usa para operar.

Si se piensa en la Industria de la Cultura, con algunos ejemplos de sus comunicaciones como el cine, los programas televisión, los libros *best-seller* o la música; podemos observar que todos estos artefactos bien podrían ser considerados como expresiones artísticas. Entonces podemos por el momento admitir también que ambas formas de creación tienen una preocupación orientada al fenómeno de la estética. Entonces se traza la diferencia Industria de la Cultura/Arte para poder analizar dos estructuras distintas de manifestaciones estéticas.

La prudencia de esta diferencia es un punto que analizar, toda vez que ¿sería el concepto de “arte” capaz de englobar a ambas esferas? ¿Acaso no es la Industria de la Cultura “arte masificado”?

Para analizar estas posibilidades es necesario primero realizar una observación al tema del arte en la propuesta de Adorno y Horkheimer, sobre todo lo planteado en el texto de

Industria Cultural, ya que es de nuestro interés la relación con este concepto y no el desarrollo de un debate extenso sobre cuestiones estéticas.

Desde la propuesta marxista, en general, el análisis de la obra de arte siempre ha representado un reto, ya que la ley del valor-trabajo no es aplicable a las obras de arte de manera mecánica, estas obras resaltan como una excepción o como un elemento que para su explicación requiere de muchas presiones. Sin duda la obra de arte puede entenderse sin dificultad como una producción, es decir, “una apropiación de la naturaleza por parte del individuo en el seno y por intermedio de una forma determinada” (Marx, 1989: 36), como creación de una forma y por tanto de un sentido impreso en ella.

Pero si hay un producto cuya materialidad se ha vuelto irrelevante para su análisis, ese sin duda es el arte. Nunca ha sido posible juzgar en términos estéticos un libro por la cantidad de páginas que fueron utilizadas para su producción, ni por la cantidad de materiales empleados en una obra plástica, tampoco en el financiamiento con el que contó una obra cinematográfica. Por tanto, al menos la ley del valor-trabajo pierde su operatividad al postular que “la magnitud de valor de una mercancía sólo acusa la cantidad del trabajo encerrado en ella” (Marx, 1999: 13), cuestión que para el arte es completamente fatua. Un boceto que pudo tomarle pocas horas a Picasso se venderá en una cantidad mucho mayor que una obra a la que se le dedicaron meses de trabajo si el autor es poco conocido. El motivo del “valor de cambio” no corresponde aquí al tiempo empleado en ella, sino que parece guiarse por otras cuestiones alejadas de sus condiciones materiales de producción.

En el caso de la obra de arte el valor de cambio–precio se fija de manera altamente individual, dado que a diferencia del resto de mercancías estas mantienen el carácter de unicidad –solo hay por ejemplo una *Gioconda* de Leonardo da Vinci, solo una serie de la primera edición de *Don Quijote de la Mancha*–. Con cualquier artista su obra será única, lo cual requiere que los precios de las obras se calculen de manera individual con mediación del mercado del arte. El método más conocido para esto es la subasta donde se costea de manera particular cada obra o un conjunto de obras que compartan algunas características, y en donde además el nombre del autor jugará el papel de la gran referencia para determinar un precio, sustentada en la información que el sistema del arte pueda proporcionar y las cotizaciones previas que ha alcanzado la obra.

La unicidad se mantiene a pesar de que ya es posible reproducir de manera “técnica” las obras de arte, lo cual quiere decir que ya es posible comprar una impresión idéntica a cualquier pintura famosa. También podemos reproducir en nuestros dispositivos cualquier pieza musical, los libros se pueden imprimir por miles. El “fetiche” por el objeto único de la obra de arte no se disuelve a pesar de éstas posibilidades de acceso, incluso un autor como Benjamín que apuesta a un proceso en donde “lo que se marchita de la obra de arte en la época de su reproducción técnica es el aura” (Benjamin, 2003, p.44) y donde la reproducción técnica termina absorbiendo la imagen de la obra auténtica como suya, se señala que la tendencia es a la pérdida del aura y a una preeminencia de la reproducción técnica. Él mismo Benjamin acepta que esto tiene un límite que viene dado porque “la autenticidad no es *reproducible*” (Benjamin, 2003: 43). Porque, aunque es claro que la mayor parte de los sujetos conviven con las obras de arte a través de sus reproducciones, y a pesar de que la preeminencia sea el adoptar medios masivos para su disfrute, aun así, siguen existiendo las galerías como el lugar para adquirir las obras originales, se sigue asistiendo a los museos y a las salas de concierto para poder contemplar las obras originales a pesar de ya conocerlas previamente.

Es innegable que la devoción a la obra original se ha transformado, ya que antes de la llegada de la reproducción técnica la obra original era el único medio para conocerla y era un sector escaso de la población los que podían adquirir la obra (y éste era el único medio para acceder a ella); así es posible postular que su aprecio, su “aura” fuera mayor, pues no se trata solo de que fuera el “original”, sino que era la única posibilidad de contemplarla. Y es precisamente el acceso un hecho que hay que destacar pues un efecto claro de la reproducción técnica es la masificación del acceso a las obras de arte, aunque éstas no se poseyeran ya era posible apreciarlas para la mayoría de la población, que antes quedaba excluida de estas comunicaciones, lo que sociológicamente debe tener afectos destacados dignos de analizarse con detenimiento.

Nos atenemos por ahora a preguntarnos si es plausible pensar que la Industria Cultural no sea más que obras de arte difundidas masivamente. Por ejemplo, siguiendo lo antes citado de Benjamin sobre la obra de arte, en donde no hay una distinción entre arte/Industria de la Cultura, sino que la cuestión se centra en la diferencia entre arte-aura/arte-reproducido; en la categoría de arte-reproducido podemos encontrar características que para Adorno y

Horkheimer son parte de la Industria Cultural como el coadyuvar al proceso de enajenación, fomentar en la sociedad ciertas imágenes “destructivas” si llegan a realizarse y un desgaste del arte mismo (Benjamin, 2003: 113-117). Entonces puede entenderse que para Benjamin no se trata de la formación de una nueva estructura como la Industria Cultural, sino de una transformación en el desarrollo de la interacción –comunicativa– de la sociedad con el arte.

Si reconocemos esta diferenciación, es posible también reconocer dos mercados que se forman, uno que es el mercado tradicional de las obras de arte auténticas que se desarrolla aún como altamente exclusivo (no porque solo algunos puedan participar, sino porque solamente algunos desean vincularse a este mercado). De este mercado se pueden extraer incluso una graduación según las cantidades que se manejen en él. Por otro lado también es posible reconocer un mercado de masas para el acceso a las obras, que se desarrolla sin mucho glamour y en el nivel de la apariencia solo como una mercancía más.

Desde un punto de vista del materialismo ingenuo el arte aparece como un extra, como una cuestión innecesaria o mero capricho del espíritu. Esto no afecta los postulados originales, toda vez que Marx ya había señalado para las mercancías en general, que “la mercancía es, en primer término, un objeto externo, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean (...) del estómago o de la fantasía” (Marx, 1999: 3). Así el arte puede ser una mercancía y como la mayoría de los objetos en el capitalismo su preeminencia es a intercambiarse de esa forma.

Si el arte logra satisfacer una necesidad importante, o deseable, es una cuestión que queda a la valoración individual. Su relevancia para la sociología es el hecho que desde hace siglos (tal vez desde el comienzo de la humanidad) el hombre ha dedicado a la actividad estética fuerza de trabajo, recursos materiales y ha formado instituciones dedicadas exclusivamente a ello con sus respectivos expertos.

Si bien el hecho de que el arte se relacione como mercancía en la sociedad moderna es una cuestión que atrajo la atención de la Escuela de Frankfurt, lo anterior queda en suspenso y más bien surge la duda de si esta vinculación afecta la creación misma de la obra de arte. Es decir, en poner más esfuerzo en que sea aceptada y logre realizarse como mercancía, que al hecho de que pueda generar una forma estéticamente “aceptable”.

Un temor bien fundado en una cuestión señalada también por Marx, ya que en el capitalismo la condición es que “el producto social se produzca como mercancía (lo cual excluye todas las formas en que el valor de uso es el fin principal de los productos inmediatos y en que, a lo sumo, el excedente del producto, etc., se transforma en mercancía)” (Marx, 2011: 5), entonces en la economía capitalista el fin principal de la producción no es el de saciar necesidades, si no el de obtener ganancia, éste tiene que seguir satisfaciendo necesidades (manteniendo su valor de uso) para poder seguir siendo una mercancía en donde todo el proceso de fabricación ha sido “subsumido” por el imperativo de generar una ganancia.

Para el tema del arte esto genera –en Adorno y Horkheimer– la impresión de que el arte al subordinarse como mercancía ha dejado de lado la cuestión estética como el elemento para su creación y es el interés por la ganancia lo que prima, siendo para ellos una cuestión evidente. “El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente” (Adorno y Horkheimer, 2009: 166). Incluso señalan que de no considerarse arte les permite mayores grados de desapego para buscar de manera más libre la ganancia.

Señaladas las dos orientaciones arte/ganancia se aplica una transposición de la lógica valor de uso/valor de cambio, donde el arte es el valor de uso (la excusa que satisface una necesidad) que queda subsumido a la ganancia, es decir al valor de cambio. Dejando así para los autores un caparazón hueco: parece arte, pero en el contenido no tiene otra pretensión más allá de la ganancia, dominando a todas las formas distintas de arte. En ese sentido postulan que, “al no conocer, otra cosa que los efectos, acaba con la rebeldía de éstos y los somete a la forma que sustituye a la obra” (Adorno y Horkheimer, 2009: 176).

Es así que para Adorno y Horkheimer la búsqueda del beneficio económico termina con el ‘espíritu artístico’ de la obra y acaba por anularla. Tal que al entrar en la relación mercantil, la creación de toda obra de arte es neutralizada. Al no permitir la orientación del arte a cuestiones meramente artísticas, y por el contrario, al tener que favorecer su relación con el mercado, el arte ha perdido toda su capacidad rebelde y su condición de expresión libre: “no queda nada de los “impulsos autónomos”, propios de la obra” (Adorno y Horkheimer,

2009: 174). Esta constitución de la obra artística al servicio de la ganancia, genera una estructura nueva, un ser distinto al del arte tradicional, por tanto, digno de un nuevo nombre. Esto es lo que se ha denominado como Industria Cultural, y tiene, como se indicó, la cualidad de ser la relación estética de las masas.

Estas formas nuevas de expresiones estéticas, que ya no alcanzan para Adorno la categoría de “arte”, presentan formas novedosas y es justamente lo que al autor le permite diferenciar entre arte/Industria Cultural; aquello que es nuevo e incomprensible y que no concuerda con su concepción de arte, cae en el lado negativo de la diferencia y se le considera como parte de la Industria Cultural. Así, para Adorno y Horkheimer las novedades estéticas que no aceptan ser encasilladas rápidamente hoy se perdonan con más facilidad: “que una canción no se atenga a los treinta y dos compases o, al ámbito de la novena que el que esa canción contenga incluso más secreto detalle melódico o armónico extraño al idioma” (Adorno y Horkheimer, 2009: 173).

Esta forma de diferenciar se vuelve problemática cuando no hay criterios para especificar qué es lo que se considera arte y qué parte de la Industria de la Cultura. La cuestión, entonces, es reconocida de manera brusca por parte de los autores, quienes al parecer terminan afirmando que el “arte” es tal porque concuerda con *sus* apreciaciones personales de lo que debe ser; lo cual nos pone en un sitio muy peligroso, ya que cualquiera puede preguntar de dónde surge el derecho para ser juez y parte. Si alguien puede designar cuáles son las novedades aceptables y cuáles no, se vuelve a un esquema de seria limitación para el desarrollo de la actividad estética y también científica.

Lo anterior constituye una grave limitación para un análisis de la sociedad, además de un vicio recurrente de las ciencias sociales: el trasponer los valores del investigador a la sociedad, exponiendo en un tono prescriptivo del *cómo debería ser* la sociedad, o cuáles son las fallas que hay que corregir, sin analizar previamente el cómo funciona. Podemos señalar este análisis como un error dentro del pensamiento del mismo Adorno ya que incluso en escritos posteriores, el tono de denuncia que usa en el texto de *Industria Cultural* genera conclusiones que vuelven turbias las observaciones valiosas.

En la preparación de su teoría estética, Adorno piensa con más detenimiento los problemas referidos al arte. Posteriormente en las transcripciones que forman el texto *Estética 1958/9*

(Adorno, 2003), el autor señala que “es una empresa inútil siempre que se vuelve a intentar construir la estética desde arriba; es decir, abarcar y establecer, de una vez y para siempre” (Adorno, 2003: 50). Deviene pues una tarea inútil dar criterios fijos para decidir lo que es y lo que no es arte, ya que esta decisión es ante todo un proceso histórico, cada época reformula criterios, creará corrientes, recuperará tradiciones, y las posibilidades son ilimitadas, no es posible transpolar las decisiones del valor estético de alguien (Adorno) para juzgar toda la producción artística en general. Es un proceso en eterna construcción.

Si bien Adorno duda de la subsunción del arte a la forma mercancía, y empieza a notar que pese a los intentos de sometimiento de la lógica del arte, a favor de la lógica mercantil y a pesar de que efectivamente sea usado como mercancía, el arte parece prevalecer, y reconoce que “el arte no puede simplemente subsumirse, digamos, bajo el concepto de razón o de la racionalidad, sino que él es esta racionalidad, en sí misma, sólo que en forma de su otredad” (Adorno, 2003: 62). Es decir, que el arte opera con la racionalidad imperante (capitalista) pero convive con ella formando su espacio propio, manteniéndose como arte a pesar de que en la mayoría de los casos opere como mercancía.

Adorno señala también que ante esta bifurcación arte/valor de cambio “el arte se ha vendido, por cierto, a esta tentación, pero al mismo tiempo conservaba aún la fuerza de su espiritualización, la fuerza de su integración” (Adorno, 2003: 318), porque si se ha entregado como mercancía es vinculado al sistema económico, pero según el autor ha sabido mantener sus barreras, se ha integrado al resto de la sociedad, porque mantiene su “espíritu”, su preocupación del arte por el arte.

El arte tiene su “espíritu” o su “fuerza” propia –desde la teoría de sistemas complejos diríamos que se orienta por su código específico– que la lleva a enfocarse a la creación artística por el arte mismo. Pero no se trata de pensar que el arte es una burbuja pura y aislada del resto de motivaciones posibles, ¿alguien podría decir que un cuadro no es arte porque la motivación del artista era venderlo? Para responder negativamente bastaría con recordar que ya desde la edad media el arte era mercancía preciada, financiada por el clero y la nobleza, sin embargo, no sé puede negar la condición de arte sólo por haber “servido” a esos intereses.

Ante el hecho histórico anterior, Adorno reconoce que no es exclusivo de la etapa capitalista la forma del arte como mercancía, y sobre esta cuestión señala que “las obras de arte sólo en raras ocasiones han logrado desarrollarse cabalmente como obras autónomas, por el contrario, por ese momento han sido también, casi siempre, elementos del mercado, de algún modo, siempre se ha impuesto bajo la forma de una cierta preponderancia de estos momentos, y de igual forma, también los grandes artistas claudican, una y otra vez, ante el mercado” (Adorno, 2003:317-318).

Por tanto, la cuestión no es que la obra de arte se mantenga aislada y pura del mercado, ya que pese a vincularse con el mercado y considerarlo como una motivación importante para la realización de la obra de arte, éste no es obstáculo para que la obra se considere arte, ni siquiera un argumento para sostener que no lo sea. Simplemente se tendrá que mostrar cuál es su relevancia para la actividad estética, si no lo cumple será descartado sin importar cuáles sean las intenciones del artista.

El mismo Adorno señala que a pesar de esta relación entre el arte y el mercado, la cuestión artística no puede ser apagada, porque incluso los proyectos artísticos son financiados por las organizaciones artísticas no con base en un estudio de mercado, sino de que el artista logre justificar ante estos organismos la relevancia de su proyecto para el arte mismo. Las cotizaciones costo-beneficio son mucho más difíciles en el arte como un proyecto a futuro, las especulaciones económicas se dan con las obras de arte terminadas, pues se puede estimar un margen de ganancia lo cual es el incentivo primordial para que el sistema económico decida actuar.

En contraposición, la Industria de la Cultura se vincula de manera mucho más estrecha con la economía, aunque como señalamos, sus preocupaciones también abarcan el campo de lo económico, ésta no realiza sus proyectos sino es estimable un “tranquilizador éxito de ventas” (Adorno, 2009: 179). Así, se puede recurrir a expertos, a artistas reconocidos, pero esto se realiza siempre teniendo en cuenta la lógica costo-beneficio. El objetivo primordial para la Industria Cultural sería una realización exitosa en el mercado, si además de eso es considerada relevante de manera artística, será un efecto secundario. En este caso se producen especulaciones y promesas de ganancia sobre proyectos de obras, a partir de las

experiencias anteriores, se calcula la inversión que se destinará y se vincula al mercado esperando los mejores resultados.

De estos dos puntos de vista de Adorno aparentemente excluyentes, pienso que puede surgir una buena síntesis, por un lado, se ha creado una nueva estructura de comunicaciones estéticas que ha generado su particularidad primordial: la ganancia, este campo específico nos permite seguir refiriéndolo como “Industria Cultural”; campo que usa elementos estéticos, pero no es su prioridad ser considerada arte. Que además tiene la cualidad de ser altamente inclusiva porque es una ‘experiencia artística dirigida a las masas’, y en esa cualidad tiende a crear una relación específica de signos, creados para ser comprendidos por un gran público.

Por el otro lado, el arte no ha dejado de existir pese a la existencia de la Industria Cultural. Este campo también se ha diferenciado, sigue existiendo y persiguiendo el objetivo del arte por el arte como un reto en la época capitalista, lo cual sin duda genera puntos de tensión y nuevos problemas, pero no puede negarse que se sigue creando con esa pretensión. Se desarrolla al paralelo de las comunicaciones de la Industria Cultural, por ello existen, por ejemplo, categorías como “cine de arte” para delimitarlo del cine de masas. Al ser estructuras formadas con la preocupación estética, tanto la Industria Cultural como el arte, es normal que estén relacionadas de manera muy intensa y que sus fronteras sean normalmente cruzadas, o que encontremos formas que se reconocen de ambos lados.

CAPÍTULO II

EL ARTE Y LOS MEDIOS DE MASAS EN LA TEORÍA DE SISTEMAS

El arte —entendido en términos laxos como cualquier actividad enfocada a refinar una forma para su percepción— parece haber acompañado a la humanidad desde el principio de los tiempos, en cada grupo humano. En todas las latitudes y en todas las épocas parece haber siempre un interés por la actividad estética. Desde las pinturas rupestres en las paredes de las cavernas, las danzas ceremoniales, la música que acompañó a la guerra, la decoración personal, ya sea con plumas, metales, piedra, y un largo etcétera.

Luhmann señala que “el arte (al igual que la religión) se presenta como *condición universal* de la sociedad humana: aunque esto sea algo específico de Europa, *específico* pues, de una región en donde hubo expresamente ese interés y donde se establecieron los puntos de comparación. Como consecuencia resulta que en la actualidad se encuentra arte allí donde ni los creadores ni los contempladores sabían que existía” (Luhmann, 2005: 349), dejando claro que al hablar de arte se abre un universo que es tan extenso como el mismo fenómeno de lo social.

Más allá de este señalamiento histórico, el intentar definir lo que es “arte” viene a ser un gran tema de debate, ya que para cada definición que construyamos seguramente encontraremos una excepción. Por ejemplo, si decimos que el arte se puede definir por aquello que es “bello” encontraremos primero el problema de construir un criterio para distinguir entre bello/feo que sea capaz de generar consenso, además del problema adicional de que varias expresiones artísticas buscan deliberadamente la “fealdad” (entendido como la ruptura con la belleza clásica): pensemos en la música de Stravinski, la pintura de Picasso o la poesía de Bukowski. Tomando en cuenta también que lo bello y lo feo son construcciones orientadas socialmente, pero no determinadas, quedando siempre un margen al gusto individual.

Sin embargo, para la sociología el problema no debería radicar en la definición, en tratar de describir o establecer un “ser” (eso en todo caso será problema de la filosofía estética), la

tarea como sociólogos no es buscar la esencia para dictaminar cómo debe ser la sociedad, sino en observar cómo hemos construido la sociedad. Es así que más allá de las definiciones, partimos del hecho que la sociedad comunica sobre algo que ha denominado “arte”, que ha establecido criterios para diferenciar lo que sí y lo que no es arte. Nuestra labor como sociólogos apunta entonces al cómo se han construido una definición de arte, cómo se han construido los criterios para reproducirla y evaluarla.

2.1 El arte como medio de comunicación simbólicamente generalizado y como sistema

Como hemos señalado, dar una definición de arte no es sencillo —incluso alguien como Derrida pudo haber postulado que es indefinible—, lo curioso es que a pesar de esta dificultad para establecer con claridad lo que es, la sociedad logra establecer comunicaciones sobre el arte, y a pesar de que no podemos definirlo opera; por ejemplo, si se mira a alguien lanzando pintura de manera frenética a un lienzo, el comportamiento podrá parecer ‘irracional’ pero si se le indica que es una obra de arte seguramente podrá comprender el sentido de la acción, al igual que si se hacen movimientos erráticos sin conexión aparente se podría atribuir la acción a la demencia o algún trastorno mental, pero sí se aclara que se realizó un *performance* se entenderá bajo qué sentido se ejecutaron dichos movimientos.

Con los ejemplos anteriores queremos señalar que la comunicación del arte ayuda a afrontar el problema de la improbabilidad de la comunicación, al decir “arte” se hacen disponibles diferentes horizontes de significaciones y se da una orientación sobre el menos contingente del sentido de mi comunicación. Con esto opera como un *medio de comunicación simbólicamente generalizado*,¹³ que ayuda a “hacer esperable la aceptación de una comunicación en aquellos casos donde el rechazo es lo probable” (Luhmann, 2007: 245). Dicho en otras palabras, que nos ayudan a enlazar comunicaciones afrontando así el problema de la doble contingencia, en situaciones donde lo más probable es el rechazo; al respecto pensemos en los intercambios económicos o en el amor. Es así que los medios de

¹³ Me refiero al concepto desde la arquitectura teórica de Luhmann, específicamente el capítulo II *Medios de comunicación* (Luhmann, 2007: 145-324).

comunicaciones simbólicamente generalizados, son construidos como un espacio de sentido particular para afrontar distintos problemas.

Los medios de comunicación simbólicamente generalizados atienden a problemas específicos, en primer lugar orientando sobre el sentido en el que se realizará una operación particular. Por ejemplo, si se busca vincularse amorosamente con alguien, sé que en la sociedad moderna la cuestión no se construye en un sentido económico –como alguna vez operó con el pago a la familia de la novia–, ni como un problema que le incumba a la tradición de parentesco –pensemos en los matrimonios arreglados por la realeza europea–,¹⁴ se tiene la confianza de que el problema entonces se construirá solo desde el sentido del amor y solo se desenvolverá como un asunto pasional exclusivo de dos personas, y que seguirá el cortejo vigente en el esquema cultural en el que se desenvuelve.

Así es que, cualquier medio de comunicación simbólicamente generalizado es capaz de orientar sobre el sentido en que se desenvuelve su problema, y con ello también se encarga de motivar y condicionar su uso (Luhmann, 2007: 156). El uso del medio de comunicación simbólicamente generalizado dinero garantiza más probabilidades de éxito al realizar un intercambio comercial, quedando motivado a usarlo de manera constante para obtener este fin, y una vez que se establece como generalizado, se condiciona al usarlo de manera permanente, por la improbabilidad que resultaría el recurrir a otras formas de intercambio (como el trueque) cuando los demás descartan esta forma de intercambio.

Si el medio de comunicación simbólicamente generalizado amor, tiene como función hacer más probable el acoplamiento pasional exclusivo de dos seres; el del medio de comunicación simbólicamente generalizado dinero se encargará de hacer más probable el intercambio de bienes comerciales. En la teoría de sistemas de Luhmann, el medio de comunicación simbólicamente generalizado se encarga de acoplar orientación, motivación y condicionamiento.

Al principio de este capítulo se ha señalado que el arte es un medio de comunicación simbólicamente generalizado, por tanto, es hora de preguntar ¿qué problema específico se encarga de resolver? ¿Qué tipo de comunicaciones hace más probable?

¹⁴ Lo anterior a pesar de que el dote y el aparejamiento sigan siendo usadas en algunos lugares, mas observamos que la preeminencia en la sociedad moderna es a abandonar estas formas.

Si nos apoyamos en los ejemplos anteriores podemos deducir que el arte como medio de comunicación simbólicamente generalizado, se encargaría de hacer más probable que una creación artística de alter sea aceptada por ego, lo cual nos lleva a otras preguntas.

Volvamos al problema de la doble contingencia. Para superar dicho problema y que alter/ego puedan establecer una comunicación —que siempre es improbable—, se debe establecer comprensión, así ego podrá aceptar/rechazar la comunicación. Para el caso del arte, esto quiere decir que alter creará una obra sensorialmente perceptible que él mismo calificará como “arte”, se la dará a conocer a ego y éste puede aceptar o rechazar tal pretensión. En este suceso se pone en relieve la dificultad para seleccionar si se acepta o se rechaza la obra y la aparente improbabilidad de que la comunicación sea aceptada pues ¿acaso no es el gusto estético altamente individual y contingente?, si la respuesta es sí sería una casualidad realmente extraordinaria que se empaten los gustos estéticos de alter y ego.

El ejemplo anterior nos coloca desde una perspectiva de operación individual, pero nunca se construye en la nada. Ahora tomemos en consideración la experiencia que puede generar en museos, galerías, escuelas de arte (en las semánticas y las estructuras sociales disponibles) si es verdad que el gusto estético es realmente particular, cómo explicar el consenso que existe en torno algunas obras, ¿alguien podría negar que *La Gioconda* de Da Vinci, las sonatas de Mozart o *La sagrada familia* son arte? O hay un consenso sobre la validez de estas creaciones como obras de arte, o más bien esto es una evidencia de operatividad del medio de comunicación simbólicamente generalizado arte.

El arte como medio de comunicación simbólicamente generalizado, es un campo específico de comunicación diferenciado del resto de medios de comunicación simbólicamente generalizados, que se encarga de “poner en marcha, si se logra como forma, un tipo específico de comunicación que se sirve de la capacidad de percepción o de la imaginación y que, a pesar de ello no se confunde con el percibido normalmente” (Luhmann, 2005: 52). De esta manera, podemos adelantar que el medio de comunicación simbólicamente generalizado arte se diferencia al ser un medio que se encarga específicamente de incorporar las percepciones a las comunicaciones.

Es importante aclarar que la obra de arte es un médium de comunicación, y que por tanto permite enlazar comunicaciones, “con ello no se quiere decir que el artista y el espectador

lleguen a la misma opinión, ni que actualicen las mismas tendencias de gusto y preferencias estéticas. Sin embargo, al depender de formas y al quedar las relaciones de las formas fijas por la obra de arte existe, como en el caso del lenguaje, suficiente coincidencia como para poder hablar de comunicación entre el artista y el espectador” (Luhmann, 2005: 81). Así queda de manifiesto que el medio de comunicación simbólicamente generalizado arte no depende de los gustos individuales para enlazar la comunicación, sino que se ampara en formas que no le pertenecen a ningún sujeto en particular (sino más bien son construcciones simbólicas que se han generalizado).

Para adentrarnos en el tema de la forma es necesario aclarar que –como hemos señalado– los medios de comunicación simbólicamente generalizados tienen como función enfrentar el problema de la doble contingencia, de hacer más probable la comunicación. No obstante debemos razonar —siguiendo a Luhmann— el término “medio” en dos sentidos, primero como “medio” en el sentido instrumental para superar el problema de la doble contingencia, pero también podemos entenderlo como “médium” que permite la construcción de formas a partir de sus elementos.

El médium es una de las categorías fundamentales en la arquitectura teórica de Luhmann, categoría retomada de G. Spencer Brown, que se construye en la diferencia médium/forma, de la cual podemos comenzar a definir a través de la diferencia: elementos acoplados¹⁵ de manera floja / elementos acoplados de manera firme, en donde “un médium está constituido por elementos acoplados de manera floja; una forma, por el contrario coloca estos mismos elementos en un acoplamiento firme” (Luhmann, 2007: 152), así es que el médium tiene una gran densidad de elementos que se encuentran acoplados de manera floja, estos elementos son diferenciables de los de otros médiums. El médium es el posibilitador de la creación de formas que se constituyen en su interior.

Para ejemplificar la diferencia Luhmann sugiere el ejemplo de considerar a la luz como un médium y todos los objetos que son iluminados por la luz como formas, así es “se deja que la luz entre en las catedrales –es decir, que se haga forma– para jugar con las columnas y

¹⁵ El acoplamiento es la manera en que los sistemas se adaptan a un entorno siempre cambiante, y éste: “no permite una adaptación única de las estructuras del sistema a situaciones durables o repetidas del entorno, sino (...) un ajustarse *de-paso* a situaciones-*de-paso*, en razón de condiciones situadas en el sistema y no en el entorno” (Luhmann, 2007: 349), por tanto, este ajuste es operativo y no causal.

las ojivas” (Luhmann, 2007: 151), lo que la luz pueda iluminar es indeterminado (su acoplamiento es flojo), en cambio las formas que se encuentran iluminadas ya se encuentran determinadas (acoplamiento fuerte).

También se agrega a este ejemplo el hecho que la luz no es visible sino hasta que se posa en una forma, y con lo que operamos en nuestra vida cotidiana es con formas visibles posibilitadas por la luz. De esta manera Luhmann señala que “con elementos que no tienen forma —flojamente acoplados— el sistema no puede emprender nada. Esto es válido incluso para la percepción: no se ve luz sino las cosas, y si se ve la luz se ve desde la forma de las cosas” (Luhmann, 2007: 154). Es así que en nuestra vida cotidiana y en los sistemas sociales operamos con formas ya construidas y el médium sólo se manifiesta cuando es usado para la creación de formas.

Otro ejemplo que Luhmann propone es el de las palabras y las oraciones, en él señala que “las palabras acopladas de manera floja, se recogen en oraciones y adquieren de esa manera una forma temporal en la comunicación que en lugar de disminuir el material de las palabras más bien lo reproduce” (Luhmann, 2007: 151). De esta forma las palabras constituyen el médium cuando se acoplan de manera floja y las oraciones se componen de las formas acopladas de manera fuerte, también señala que la construcción de formas requiere de tiempo y que su permanencia no es lineal. Una forma puede ser construida y descartada de inmediato o perdurar durante mucho tiempo, incluso puede ser descartada y luego actualizada.

La construcción de formas no representa de ninguna manera una limitación para el médium, por el contrario, le presentan siempre una continua fuente de novedad pues formas ya construidas estimulan la creación de otras, la recombinación y la reactualización entre las formas enriquece las posibles operaciones que se pueden desenvolver en el médium. De esta manera la creación de formas crece siempre de manera exponencial, de manera incontrolable e indetenible.

De la misma manera el médium no representa un límite para la construcción de formas. Debemos hacer énfasis en que para que el médium se constituya como tal, debe haber alcanzado una gran densidad de elementos, haciendo así que las interacciones entre ellos sean infinitas, es así que no es posible afirmar que en la literatura se llegue a un punto en

que sea imposible escribir algo nuevo “porque ya todo fue escrito”. Las posibilidades de creación de formas en el médium no están limitadas por la cantidad de elementos que lo componen, más bien, las formas se basan en el acoplamiento fuerte de estos elementos y tales acoplamientos son indeterminados.

En consecuencia, es plausible afirmar que siempre “se conserva la libre capacidad del sustrato medial de proceder a realizaciones siempre nuevas. Los elementos flojos (o muy poco apretados) están disponibles en gran cantidad” (Luhmann, 2007: 153), los médiums no pueden ser agotados, ni tienen un límite para la creación de formas, lo que se construye en ellos es indeterminado y siempre particular. Los médiums no son simétricos entre ellos (no poseen la misma cantidad de elementos), esto aplica en términos generales pero también para los medios de comunicación simbólicamente generalizados. Decir que no hay una relación simétrica entre ellos, también significa que lo que acontece en uno no puede determinar otro medio de comunicación simbólicamente generalizado.

Lo que hemos analizado hasta ahora sobre el médium/forma es aplicable a los medios de comunicación simbólicamente generalizados (Luhmann, 2007: 261). En la teoría de sistemas complejos se reconoce como medios de comunicación simbólicamente generalizados: la verdad, los valores, el amor, la propiedad/dinero, el arte y el poder. Todos y cada uno de ellos son médiums que posibilitan la creación de formas y surgen de distintos procesos históricos, por tanto, no se presuponen como universales ontológicos, y sólo sostiene su existencia en la sociedad moderna.

Los elementos que componen los medios de comunicación simbólicamente generalizados, y a la sociedad, son las comunicaciones. Con las comunicaciones de cada médium se llevan a cabo operaciones en su interior, dicho proceso de evolución de la sociedad genera, a su vez, un proceso de selección de dichas comunicaciones que va permitiendo la estabilización/descarte de las comunicaciones. Como mencionamos, las formas (en este caso comunicaciones) se desarrollan en un tiempo no lineal, por tanto, el hecho de que una forma sea descartada no quiere decir que no pueda ser reactualizada.

Las comunicaciones estabilizadas pasan a ser semánticas, dan paso a estructuras y por último a sistemas, es así que la mayoría de los sistemas sociales son formas que se constituyen en algún medio de comunicación específico, lo cual tampoco es una regla, ya

que como mencionamos, no hay simetría entre los medios de comunicación simbólicamente generalizados. Así por ejemplo: el médium poder contiene al sistema de la política y al sistema del derecho; mientras que el médium arte solo contiene al sistema del arte; y el médium amor no contiene ningún sistema.

Con lo anterior queremos dejar de manifiesto la incapacidad de determinar o controlar los medios de comunicación simbólicamente generalizados, así como la increíble capacidad de los médiums en la creación de formas, y esto queda de manifiesto con el proceso evolutivo de cada uno, al cual Luhmann le dedica gran parte de su obra.

La estabilización de formas es el punto de partida para la observación de lo social. Observamos a partir de lo que la sociedad es, no de lo que fue, pudo ser, o de lo que esperamos que sea. Es así como en el arte podemos reconocer diferentes formas (obras de arte, estilos) que se han estabilizado como referentes positivos de lo que es el arte. En estas obras el médium arte se manifiesta, entre diversas posibilidades de creación de formas, y entre varias que ya han sido estabilizadas, que pretenden ser calificadas como obras de arte pero solo algunas son seleccionadas para tal propósito.

El arte pensado sólo como médium es de una complejidad incontrolable, las obras estabilizadas nos dan un punto de referencia para la observación, tanto temporal para poder establecer la diferencia pasado/futuro, cuanto para poder reconocer la diferencia aceptación/rechazo. Las obras estabilizadas son una referencia, pero no una determinación, las obras nuevas están completamente indeterminadas en su construcción, cuando se establece una obra “la forma crea una cesura, introduce una herida en un campo indeterminado de posibilidades mediante una distinción, transforma complejidad indeterminada en complejidad determinada” (Luhmann, 1999: 15). Es decir, que cada obra en tanto referencia reduce la complejidad del médium, pero construye complejidad al interior de su forma.

Es así como cada obra de arte es en realidad un nuevo mundo, cada obra atiende en su interior los problemas generales del médium arte (los criterios de validez, su guía de observación, su duplicación del mundo, etcétera) y así la complejidad a la que se construye dentro de la forma tiene límites impuestos por la misma forma, pero aún dentro de ella se crea nueva complejidad nuevamente indeterminada.

En coherencia con la conceptualización del médium/forma, donde el médium no es observable de manera directa y la forma estable es el elemento de referencia, Luhmann señala que “el arte se orienta primero por la distinción (transida de ontología) entre cosas visibles y cosas invisibles. Le corresponde activar lo invisible dentro de lo invisible” (Luhmann, 2005: 283), es así que el médium de arte (como totalidad abstracta) se vuelve visible en las obras de arte, también se establece la diferencia entre arte/realidad, que no debe ser tratada de manera excluyente ya que esta diferencia en realidad es una unidad de la diferencia, desde donde la obra señala constantemente a esta diferencia y la reintroduce dentro de sí.

Pero entonces, una vez que las formas son creadas y por tanto propuestas como comunicación ¿cómo se decide qué se selecciona y qué se descarta?

Desde la teoría de sistemas sociales se renuncia a dar una respuesta simple a esta pregunta, ya que no se puede resolver esta cuestión con la causalidad simple. Aun cuando se suele atribuir ésta a las decisiones a un grupo de sujetos o instituciones el control de las decisiones del arte, compartimos con Adorno que “está claro que es una empresa inútil siempre que se vuelve a intentar construir la estética desde arriba; es decir, abarcar y establecer, de una vez y para siempre, simplemente para medio de estipulaciones conceptuales decretóricas, la esencia de las categorías estéticas” (Adorno, 2003: 50). Por ahora podemos entonces responder que –como señala Luhmann– “en lugar de acomodarse a los individuos psíquicos (¿a quienes?), el sistema opera con inclusión y exclusión de la adecuación de las formas con que se observe” (Luhmann, 1999: 38). Así se forman antecedentes de las obras de arte que ayudan a la decisión seleccionar/descartar, tal que la memoria (siempre selectiva) de las formas que han logrado ser seleccionadas constituye una orientación para la nueva construcción de formas.

Para que las formas ya estabilizadas puedan servir como orientación para la selección/descarte es necesario que se encuentren disponibles para la observación (en el caso del arte para la apreciación). Para que esta disponibilidad sea posible se requiere que la sociedad tenga la capacidad técnica para la reproducción de las obras, ya que depender de la copresencia limita dicha disponibilidad. Gracias a la imprenta, la literatura se convirtió en el primer género artístico en superar la copresencia y en tener la capacidad material de

ser distribuida masivamente, en contraste con la música, que hasta el siglo XX pudo ser grabada.

También existen otros géneros que muy difícilmente pueden superar la copresencia, como el teatro, que, aunque es posible grabarlo y reproducirlo muchos afirmarían que ello afecta el contenido de la obra. Este tipo de problemas son dejados atrás gracias a que la disponibilidad comunicativa del arte no se limita a la reproducción técnica o a la copresencia pues el arte sólo es posible en la sociedad moderna cuando la obra “se genera únicamente al integrarse a la red recursiva de otras obras de arte, a la comunicación verbal de amplio alcance acerca del arte, a las imágenes reproducidas técnicamente, a las exposiciones a los museos, a los teatros, a los edificios” (Luhmann, 2005: 95). El proceso de estabilización del arte por varios espacios comunicativos pasa por instituciones y organizaciones que hablan sobre la obra, por museos, galerías, escenarios, salas de conciertos, etcétera. Toda esta red juega parte en el proceso de selección y comunicación del arte.

Después de un largo proceso de estabilización de formas y de un proceso constante de diferenciación funcional, el médium arte genera formas sumamente estables, programas y códigos, que le permiten formar estructuras que se vuelven recursivas sobre sí mismas (que se repiten constantemente en cada nueva operación). Todo esto ha desembocado en la creación de un sistema que centraliza y ejerce atracción sobre todas las formas que se crean en el médium del arte, esto al punto que el sistema se apropia de la identidad del médium, nombrándolo sistema del arte.

El sistema del arte cumple con las características generales de un sistema (desde la teoría de los sistemas complejos de Luhmann), lo quiere decir que el sistema del arte es autopoietico, cuenta con una clausura operativa, y un código central. Cada una de estas características tiene implicaciones teóricas muy importantes, son el resultado de un proceso histórico y en cada sistema operativo dichas cualidades tienen una especificidad distinta. Cuestiones que desarrollaremos en el capítulo tres.

Como hemos señalado, los médiums de comunicación simbólicamente generalizados tienen por definición la cualidad de crear formas, de ellas la más importante sin duda son los sistemas. Sobre la formación de sistemas a partir de los médiums no hay ninguna ley que

rija cuántos sistemas pueden contener o si es que deben contener alguno, esta cualidad es particular en cada médium. Dentro del médium arte, Luhmann sólo reconoce un sistema, que se apropia del nombre “el sistema del arte”, sin embargo, no propone que los sistemas señalados sean los únicos existentes, o mejor dicho que son las únicas posibilidades de observar sistemas en la sociedad. Así es que es posible seguir construyendo otros sistemas en la sociedad moderna, otras estructuras, otras formas.

Ante ello planteamos algunas preguntas: ¿existen formas fuera del sistema? Por supuesto, el mismo sistema se encarga de conferirles la etiqueta de “entorno” de señalarlas como externas a él, toda vez que el sistema atrae todas las formas que se crean en el médium, las observa y se encarga de diferenciarlas en función de su código central. Nuestra pregunta particular sería ¿Es posible que dentro del médium del arte se establezca otra estructura ajena al sistema arte? La respuesta claro dependerá del proceso que justifique la necesidad de dicha diferenciación.

2.2 El arte y la masa

Para profundizar en la pregunta anterior es necesario exponer el proceso de formación del sistema del arte, observar cómo se van conformando sus estructuras y cómo se desenvuelve semánticamente su proceso de diferenciación. Para este propósito haremos un corte analítico entre el arte en la antigüedad y el arte en la modernidad, con lo cual no nos referimos a corrientes artísticas sino a una forma de diferenciación en la sociedad. Por arte moderno entenderemos el arte generado en la sociedad moderna (a saber, funcionalmente diferenciada), mientras que por arte antiguo designaremos al arte construido en las formas de diferenciación anteriores. El presente apartado busca explicar el tránsito entre estas dos fases.

La diferencia anterior (arte moderno/arte antiguo) constituyen una unidad de la diferencia, por ello debemos aclarar qué entenderemos por arte en términos generales, sin pretender dar una explicación esencialista, solo diremos que para los fines de esta investigación consideramos que arte puede ser todo objeto creado para resaltar alguna de sus propiedades sensorialmente perceptible y que logra establecer una comunicación por encima del lenguaje (como en la literatura) o prescindiendo de él (como la pintura). Sobre este punto

Luhmann señala que “el arte adquiere su especificidad por el hecho de posibilitar la comunicación stricto sensu prescindiendo del lenguaje, es decir, prescindiendo de todas las normalidades asociadas a éste” (Luhmann, 2005: 44). Además, es necesario puntualizar que el arte existe como forma de comunicación particular que no usa el lenguaje, pero la existencia del lenguaje es condición para la existencia del arte.

Lo anterior opera en un nivel muy abstracto de la conformación de lo social, ya que un gran tema a estudiar es cómo la sociedad se organiza para asignar (o no) el calificativo de arte a dichos objetos. Entonces básicamente cuando nos referimos al concepto de arte en términos generales nos referimos a una particular forma de comunicación que tiene la cualidad de introducir la sensorialidad en su forma (incluir a los sentidos en sus comunicaciones). Es particular ya que “el arte se desempeña como comunicación, aunque (y precisamente porque) no puede ser explicado adecuadamente mediante palabras y ni que decir de conceptos” (Luhmann, 2005: 41), por tanto, no puede ser “traducido” al lenguaje. Se puede hablar de arte, pero no será la obra, se pueden dar guías o contextualizar, pero la obra como una comunicación particular no puede ser traducida o resumida.

Partamos de la cuestión de que el arte entendido en términos generales es una característica generalizable a toda la humanidad, como mencionamos todo parece indicar que todas las culturas desarrollaron una preocupación por objetos que resaltan alguna característica estética. Aunque parezca arriesgado imputar esta cualidad a toda la humanidad, sería imposible señalar algún grupo humano en cualquier época que no tuviera alguna manifestación que pudiéramos calificar *–latu senso–* de artística.

Realizar un estudio que pretenda establecer una tipología del arte en la antigüedad sería un trabajo inimaginablemente vasto, por tanto, lo que pretendemos no es más que señalar elementos de la forma de su operar. Este análisis nos servirá para poder establecer la diferencia entre arte antiguo/arte moderno, sin ambicionar ha agotar todas las cualidades que se pueden mencionar del arte antiguo, sino explicar en términos operativos su diferencia respecto al arte moderno.

Una de las cualidades del arte antiguo es que aparece en las diferentes culturas con bastante homogeneidad, así en la mayoría de las antiguas civilizaciones no es posible observar diferentes corrientes o estilos artísticos, sino que el estilo es compartido y solo es posible

reconocerlo como particular cuando se le confronta con una civilización diferente. Así es posible diferenciar entre el estilo arquitectónico de mexicas y mayas, o de egipcios y griegos; pero al interior de cada una de estas culturas todas sus obras nos serán similares.

Lo anterior también nos revela otro punto del arte antiguo; el anonimato de los artistas. Esto debido a que en la gran mayoría de los casos, el nombre de los creadores de las obras se muestra como irrelevante en la época antigua (con la excepción de los griegos y los romanos) ya que el nombre no generaba variaciones respecto al tipo de obra que debía ejecutar. Esto es contrastante con la relevancia que toma el nombre en la sociedad moderna donde el nombre del artista individual genera importantes variaciones, así al decir Picasso o Dalí nos remite a dos estilos altamente diferenciables entre sí.

En el arte creado por civilizaciones antiguas no hay una diferenciación clara a partir del nombre del autor, las diferenciaciones que se han establecido en ellas van en referencia a grandes periodos de tiempo, por ejemplo en el caso de Mesoamérica. Eso es precisamente porque la variación en el arte y la creación de novedades está permanentemente restringida en sociedades sin diferenciación funcional. Las variaciones surgen de manera inevitable, pero son contenidas con diversos métodos de censura, sin embargo, con el paso del tiempo estas variaciones desembocan en estilos que son distinguibles de los anteriores y que podrían ser señalados como “nuevos”.

Esto se debe fundamentalmente a que el arte en la antigüedad depende del cumplimiento de otras funciones a las que queda subordinado y ello no le permite construir libremente ya que sus variaciones tienen consecuencias graves en las funciones de otros ámbitos como la política o de la región. Dichos campos usaron al arte como un mecanismo de apoyo en sus funciones. Es así como Luhmann señala que el arte cumplía “en las sociedades antiguas más bien como función de apoyo para otros círculos de funciones, y no con miras a la función propia del arte” (Luhmann, 2005: 234). Así el arte al no ser autónomo estaba subordinado a coadyuvar en otras funciones, por tanto, su motivación dominante al crear nuevas obras no era su propio desarrollo, sino servir de apoyo a las funciones que en la conformación de la sociedad eran centrales, principalmente religión y política.

En Adorno encontramos una reflexión similar. Él señala que “en otro tiempo la línea de demarcación entre realidad y cultura no era tan nítida ni profunda, las obras de arte, por

ejemplo, no reflexionaban aún sobre su autonomía, sobre su propia ley formal sino que tenían a priori su lugar también en contextos en los que cumplían, fuera como fuera, una función indirecta” (Adorno, 2004: 123). Adorno también propone una respuesta interesante, al señalar que la realidad y lo que él llama “cultura” no aparecen como dos ámbitos diferenciados, así al no tener un campo propio desarrolla la “función indirecta”. Nosotros estamos de acuerdo en dicha explicación con la reserva de que no emplearemos el término “cultura” por considerarlo muy general y no nos permite enfocar el problema al cual queremos hacer referencia. Optamos por referirnos a éste sólo como arte. Para nosotros entonces el arte en la antigüedad cumple funciones auxiliares o indirectas al no encontrarse diferenciado de la realidad cotidiana, por no tener un espacio particular al no diferenciarse semántica ni estructuralmente.

La división que en la modernidad podemos establecer con relativa facilidad entre lo cotidiano y el arte, parece ser una diferencia inexistente (o al menos no preponderante) en la antigüedad. Otra distinción que tampoco parece aplicarse es la de ficción/realidad que se construye desde el entendido en el que la obra de arte no tiene que responder a la realidad, el arte antiguo parece comprometido a representar el poder o algún atributo divino, no puede tomarse las cosas de manera relajada y afirmar que lo que representa es ficción.

En la sociedad moderna las diferencias anteriores pueden ser contenidas en la diferencia realidad real/realidad imaginaria,¹⁶ lo que señala que en las obras de arte se construye una realidad propia que no está determinada por la realidad real, así podemos admitir que una novela parte de la premisa más irreal porque construye una realidad particular con sus propias reglas y su propia lógica, lo que ocurra dentro de ello no tendrá una responsabilidad con la realidad real.

En el arte de la antigüedad, por el contrario, el arte circulaba en la cotidianeidad sin diferenciarse como un ámbito en particular, y parece más bien acompañar todos los ámbitos de la vida y orientarse por los ámbitos dominantes de la ordenación social. Así las obras de arte estaban inmersas en la realidad real y cumplían con una función, los adornos en la ropa

¹⁶ Ésta diferencia, parte del reconocimiento de que “las palabras no son las cosas sino sólo las señalan” (Luhmann, 2007: 168), así lo señalado (las cosas) es designado como “la realidad real” y lo usado para designar (palabras) como “realidad imaginaria”. Esta distinción se refiere a cómo la sociedad establece lo que considera real y no tiene ninguna pretensión ontológica.

u otros accesorios eran muestra de un rango social, de una ocupación, un cargo o de un estado civil, muestra de que el poder tenía expresiones estéticas específicas que servían para marcar su dominio.

También es posible afirmar que al no existir la diferencia entre realidad imaginaria/realidad real las obras no eran representación de las cosas, sino que eran las cosas en sí. Por ejemplo, si pensamos en los ídolos o las representaciones de lo divino, éstas no son en realidad representaciones, son el dios mismo, o la menos deben ser tratados como si lo fueran, tal como a los símbolos del poder se les debe veneración como si fueran el poder mismo. Pensemos en el misticismo que aún se le guarda a la bandera o los himnos patrios y aún más en los símbolos religiosos.

Lo anterior se vuelve aún más relevante si consideramos cómo en las civilizaciones antiguas la mayoría de las expresiones artísticas estaban orientadas a una función ritual o de culto; la danza y la música como muestra de veneración a la deidad, la narración oral como forma de transmitir los mitos fundacionales, la arquitectura pensada para agradar a los dioses o comunicar la capacidad del poder. De esta forma, el arte no sería un ámbito diferenciado, sino que se encontraría como un auxiliar de diversos órdenes comunicativos, siendo un parte de las funciones cotidianas, y sin una función propia y característica que sea diferenciada de manera clara.

El hecho de que el arte no se diferenciara del resto de los ámbitos comunicativos no es extraño, ya que no se puede diferenciar un ámbito específico cuando no se nombra y no se tematiza de manera particular, hasta que genera una semántica propia. Es decir, hasta que genera una estructura comunicativa que permite establecer una memoria que “tematiza las condiciones de inclusión y presenta las exclusiones” (Luhmann, 2007: 497). Sin la semántica particular no hay capacidad de autoobservación y no se establece la referencia necesaria para poder distinguirlo.

Demos un salto en el tiempo a la Europa medieval para seguir observando la forma en que el arte siguió un proceso de transformación en su organización. Durante esta etapa histórica la nobleza y el clero se conformaban como las clases dominantes de la sociedad, debido a que en la organización de la sociedad el poder y la religión son en ese momento los dos ámbitos centrales de la sociedad. Con dicha centralidad nos referimos a que el resto de los

ámbitos de la sociedad (posteriormente distinguibles) estaban subordinados (o dependían) de la religión o del poder para lograr operar.

De la misma manera, el arte no está exento de la gravedad generada por las funciones centrales de la sociedad. Influencia que es señalada por Luhmann al afirmar que “no es erróneo el supuesto de que las obras de arte fueron encargadas por el estrato superior” (Luhmann, 2005: 228). De esta manera, el arte está fuertemente motivado a colaborar en las funciones que el estrato superior le encomienda: así destaca el arte sacro donde el interior de las iglesias parecen ser el lienzo predilecto de los artistas y las imágenes religiosas su mayor fuente de inspiración. Lo mismo vale para la nobleza que encomienda retratos de ellos mismos y de sus propiedades, pensemos en los bodegones, así las imágenes a reproducir no son libremente elegidas por los artistas, sino que van principalmente por encomienda y las variaciones que el artista puede realizar están limitadas.

Con lo anterior, de ninguna forma sostenemos que el clero y la nobleza controlan toda la creación artística, tampoco que los artistas no realizaran o no tuvieran el deseo de realizar otro tipo de obras, lo que señalamos es que lo preeminente eran las obras encargadas por estas dos organizaciones. Por un lado, porque eran los que podían cubrir los gastos para la realización de esta obra y por el otro porque contaban con mecanismos de censura para limitar o destruir las obras que no fueran de su aprobación. Por ello en la época “esto provoca que la mirada se dirija hacia arriba, aunque sea entrando en conflicto crecientemente con la autoevaluación del arte”, con lo cual y pese a todo lo anterior ya se formaban criterios de autoevaluación del arte, y son precisamente estos criterios los que darán el impulso a la diferenciación del arte (Luhmann, 2005: 228).

Luhmann agrega además “que el arte encuentra objetos (personas, destinos adecuados) únicamente en las esferas más altas” (Luhmann, 2005: 228), sin embargo, aquí tenemos que hacer una precisión; si bien estamos de acuerdo en que el arte fue concentrado por los estratos dominantes de la sociedad, no parece que sea “únicamente” allí en donde se desarrollaran expresiones estéticas susceptibles de ser señaladas como arte. Nos parece que en el vida cotidiana de los estratos medios y bajos también se desarrollaron expresiones artísticas que al mezclarse con lo cotidiano no han sido distinguidas como arte. Esas

expresiones artísticas que se vuelven marginales serán designadas, posteriormente, como folklóre o artesanías

Por tanto, señalamos que se abre una primera diferenciación dentro de las formas construidas en el sistema del arte. Por un lado, las obras de arte que se han adaptado a las clases dominantes y por el otro expresiones artísticas que algunos denominan “arte popular”. Esta diferencia no debe ser usada como una diferencia moral entre buenos y malos, más bien es una diferencia que usamos para observar dos procesos evolutivos que se dieron de manera diferenciada.¹⁷

Como señalamos, nos parece innegable que el arte forjado en las clases altas fue el que permitió desembocar en el proceso de diferenciación funcional, porque “el primer impulso de diferenciación se logró a través del sistema de patronazgo de alto rango” (Luhmann, 2005: 269) y, aun cuando se recae en el proceso de imitación (pensemos en los retratos de la clase alta), al artista se le permite crear con un cierta libertad (por ejemplo la Capilla Sixtina), y también en ése momento el arte comenzó a reclamar para sí “los criterios de evaluación”. Por tanto, al flexibilizar las restricciones del artista para crear se libera un elemento fundamental para la evolución, la variación, el aumento de libertad en la creación que se puede traducir también en el aumento de variaciones en la cantidad de comunicaciones que tienen pretensiones artísticas.

La variación anterior generó un aumento en el nivel de complejidad al que estaba acostumbrada la sociedad en este ámbito hasta ese momento. Si bien los instrumentos de censura de la religión y el poder habían contenido la variación manteniéndola en niveles controlables, gracias a la pequeña autonomía ganada a través de los mecenas privados, estos mecanismos comenzaron a fallar. Es así como la aprobación o desaprobación de la iglesia y el poder van perdiendo relevancia, el artista se empieza a ganar su nombre particular sin la necesidad del auspicio de esos estamentos, y algunas veces a pesar de su rechazo, el artista se hace de una reputación que le permite ofertarse al servicio de

¹⁷ Si bien Luhmann hace un amplio seguimiento histórico del desarrollo de las comunicaciones estéticas que se desarrollaron en las clases altas de la sociedad (las únicas que fueron nombradas como arte), el resto de expresiones creadas en las clases bajas fueron dejados de lado en el análisis. Es por lo anterior que sería necesario un trabajo particular para analizar las obras que fueron creadas en los ámbitos del no arte.

diferentes nobles que empiezan a confiar en sus criterios de evaluación. Así se comienzan a dar las condiciones para formar un incipiente mercado del arte.

Luhmann señala que este mercado del arte sigue creciendo de manera subterránea hasta que a finales del siglo XVII “la ocasión surge por el cambio de contexto de apoyo y porque el sistema de patronazgo de los príncipes se sustituye por el mercado del arte” (Luhmann, 2005: 271). El mercado del arte es el principal determinante para que su relación con el poder y la religión ya no sea de dependencia. Ambas estructuras sociales pueden vincularse con el arte pero lo harán como clientes y ya no pueden subsumirse tan fácilmente (aun cuando los métodos de censura siguen vigentes), el arte entonces se vincula con la economía y empieza a crecer las relaciones que puede establecer como mercancía.

En el mercado del arte se abre el espacio para que se discuta la calidad de la obra de arte, se van formando criterios de autoevaluación, a pesar de que éstos surjan ante la necesidad de asignar precios. Así “los precios obtenidos en el mercado sirven de manera progresiva como **equivalentes simbólicos** de reputación del artista; sustituyen las recomendaciones verbales de los círculos de patronas de alto rango y de sus seguidores” (Luhmann, 2005: 272); el precio logra ser un referente incluso para aquellos que no tienen una idea del arte, logrando posicionar y estratificar a los artistas.

Además de que el mercado permite diferenciar al arte como una actividad particular, aparecen estas mercancías particulares como escindidas de cualquier otra actividad de la vida cotidiana y sin mayor responsabilidad que la de agradar al gusto, aunque sea dentro del espacio del mercado el arte empieza a delimitar un espacio particular. De la misma manera el mercado también funge como el seleccionador entre lo que se acepta y rechaza, evidentemente aquello que se realiza como mercancía es aquello que se acepta como valioso dentro del arte.

Este papel que el mercado llegó a jugar en las funciones del arte parece tan avasallador, que autores como Adorno incluso dudan que alguna vez el arte logre desembarazarse de su influencia, llegando a postular que “las obras de arte sólo en raras ocasiones han logrado desarrollarse cabalmente como obras autónomas, por el contrario, por ese momento han sido también, casi siempre, elementos del mercado, de algún modo, siempre se ha impuesto bajo la forma de una cierta preponderancia de estos momentos. Y de alguna forma, también

los grandes artistas claudican, una y otra vez, ante el mercado” (Adorno, 2003: 317-318). Insistimos, aparte de esto para Adorno de ahí en adelante el arte tambalea permanentemente entre satisfacer al mercado o en realizarse de manera autónoma, moviéndose en esta relación ambivalente que a él lo mantendrá en una sospecha permanente de la producción artística.

Pero dejaremos pendiente la discusión de la autonomía del arte, si ésta de verdad logra o no separarse de otras funciones particulares. Por ahora es necesario que sigamos analizando la forma en que se desarrolla el proceso de conformación del sistema arte, una vez aclarado ese proceso estaremos en condiciones de explicar en qué consiste la autonomía operacional del arte y las aplicaciones que de ella deviene.

La producción del arte va ganando un aumento en su capacidad de generar variaciones, y con ello su volumen de complejidad. lo que le permite ahora contrastar y comparar entre diferentes obras de arte, también se comienza a generar un proceso de autoobservación donde se contrasta lo propio con las obras del pasado, se compara entre las diferentes técnicas y estilos, se buscan distintos métodos creativos, etcétera. De esta forma se van encontrando formas estables que producen confianza y se vuelven dignas de repetirse, y las formas que se repiten ampliamente comienzan a ser redundantes. Así al “producir las redundancias requeridas en la obra de arte mismo –en lugar de extraerlas del mundo conocido” el arte deviene en ser autorreferente al ser signo de su signos (Luhmann, 2005: 286). Y no es que anteriormente no se construyeran figuras estables, lo relevante es que estas figuras se han vuelto redundantes por decisión de las mismas operaciones de las estructuras del arte y no por simple imitación de la realidad real o del poder.

De esta forma el arte va generando una antología de signos propios que no son evidentes y requieren ser aprendidos para ser disfrutados. La contemplación del arte deja de ser un gusto ingenuo e inmediato, ahora “una obra de arte se comprende y se disfruta solo si existen garantías de reconocimiento; o expresado en el lenguaje de la teoría de la información: sólo si existen suficientes redundancias” (Luhmann, 2005: 290). Por lo tanto, la observación y la autoobservación se enriquece siempre aumentando su complejidad.

Pero además de los signos cada obra exige que se reconozcan también ciertos símbolos. Del abanico de posibilidades surgirán rutas de observación y por tanto de interpretación, hasta

llegar al punto en que “puede participar en el arte únicamente si se compromete como observador con las formas creadas para la observación, es decir, si realiza las directrices de observación establecidas en la obra” (Luhmann, 2005: 121). Esto provoca que el construir y observar arte se conviertan en tareas sumamente especializadas, que al aumentar el número de signos estabilizados demandará formación de expertos que puedan mantener la atención sobre el uso de estos signos.

Con la estabilización de los signos, y su desenvolvimiento como figuras estables se van formando y reconociendo “estilos” (semánticas), que son el uso específico de ciertos signos. El estilo se puede construir a partir de una gran posibilidad de formas. Es precisamente el uso recurrente de las formas lo que permite generar una recurrencia estable a la cual podemos reconocer como “estilo”. Luhmann agrega que “el estilo mismo no es un programa sino el preestablecimiento de formas con las cuales (o en contra de las cuales) se puede trabajar” (Luhmann, 2005: 348). Así, es posible no estar de acuerdo con un estilo o con todos los estilos existentes pero en el arte de ahora en adelante no será posible construir sin conocerlos.

Las comunicaciones artísticas podrán adscribirse entonces a una cierta corriente siguiendo un estilo particular, podrán surgir como cuestionamiento (pensemos en el surrealismo) o ser opuestos a otros (pensemos en el dadaísmo), de esta manera el “estilo se trata de una simple aplicación de decisiones preestablecidas en las formas –y cuyo surgimiento se debe al sentido de pertenencia ligado a las obras de arte” (Luhmann, 2005: 347); de la multitud de formas disponibles en el acervo del arte, se seleccionarán algunas las cuales se reactualizarán, los estilos servirán como guía de observación y como las primeras estructuras estables construidas en el médium arte.

Las formas estables también llevan la etiqueta de formas exitosas, pues al lograr ser seleccionadas y reactualizadas demuestran su valía para las operaciones siguientes. Así las grandes obras de los artistas se vuelven un referente de lo que es una obra exitosa para los jóvenes artistas: “con las formas exitosas es posible orientarse y confiarse a las delimitaciones establecidas” (Luhmann, 1999: 37), estas grandes obras van orientando el rumbo para futuros procesos de selección entre la aceptación y el rechazo.

De forma que cuando una comunicación artística se comparte, “lo que existe es sólo la posibilidad del aceptar o del desechar; del acoplar subsiguientes distinciones o de la destrucción. Por tanto, la posibilidad, todavía, de una operación codificada de manera binaria” (Luhmann, 1999: 16), en donde las formas propuestas en las obras pueden ser reutilizadas o descartadas, esta decisión no está ya determinada por alguna cualidad intrínseca de la obra propuesta, sino en las decisiones que se tomen en las siguientes operaciones, solo en éstas se puede definir lo que resulta útil o inútil.

También es importante recordar que la selección no es definitiva. Una obra que es considerada con gran valor artístico en un primer momento puede después ser descartada y pasar al olvido, en el caso contrario, una obra que se consideró desechable puede después de alguien tiempo reactualizarse y pasar a ser relevante (por ejemplo las obras de van Gogh). Esto se debe a que en las obras no están determinadas por la asignación que le den las operaciones del arte, ya que operaciones futuras pueden reasignar las obras. Además cabe destacar de que las operaciones del arte no están bajo el control determinado de nadie, y que por tanto sus operaciones solo tienen que responderse a sí mismas.

2.3 Proceso de diferenciación del sistema del arte

En el apartado anterior hemos postulado los elementos teóricos e históricos por los que el arte atravesó en su proceso de autoorganización, lo que fue dejando de lado y aquello que estabilizó como sus elementos funcionales. Dicha transición se llevó a cabo principalmente en la Europa medieval y de ahí por distintos métodos aplicada en el resto del mundo. Sin embargo, esta estabilización de elementos y de conformación de estructuras es apenas el punto de partida en el camino hacia la formación de un sistema funcionalmente diferenciado.

En este punto hemos preparado la explicación teórica que nos permitirá abordar el proceso de conformación propio del sistema del arte y su diferenciación de aquello que considerará su entorno, cómo se da ese proceso de distinción, cuáles serán sus elementos de autoevaluación y posteriormente la determinación de qué es lo que queda de lado.

Como hemos descrito, se dieron elementos suficientes para que el proceso de diferenciación continuara acelerándose tras consolidar la diferenciación semántica que se

logró al generar un espacio de discusión propio, al ser capaz de enunciarse de una manera diferenciada del resto de los ámbitos de la sociedad y al generar especialistas para sus comunicaciones particulares. También señalamos que se habían construido los estilos o semánticas que al ser una figura estable permitiría generar estructuras propias y funcionales para el arte.

Las cualidades anteriores nos permiten pensar que se han creado los criterios y las condiciones necesarias para hablar de la formación de un sistema. Por ejemplo, Luhmann señala que “en el mundo moderno el comienzo del sistema del arte se puede situar en el Renacimiento, allí el sistema del arte empieza a determinar por sí mismo los criterios conforme a los cuales se reclutan los observadores” (Luhmann, 2005: 138); este proceso de formación de especialistas propicia el autoanálisis y la autoobservación de manera constante. Ante las nuevas comunicaciones que sean propuestas, el sistema del arte pasará por una revisión de sus especialistas (como observa Zamorano Farías, lo mismo se puede constatar para el sistema de la ciencia con la aparición de la Revista *Philosophical Transactions* de la Royal Society, en el año de 1665).¹⁸

Las revisiones superarán las de las obras mismas, no solo se enfocarán en las obras y en las comunicaciones sobre las obras, también comenzarán a enfrentarse al autocuestionamiento a preguntarse por su actividad y por sus propias operaciones, frente a lo cual se darán variadas reflexiones y respuestas tentativas; es así como surgen las autodescripciones. Luhmann apunta a que el arte entre siglo XVII y XVIII empieza a formular “autodescripciones de las artes que discute los diferentes tipos de arte y los distancia del racionalismo” (Luhmann, 2005: 246). El arte asegura de esta manera su diferencia respecto a otras formas de proceder, no operará ya bajo los principios de la lógica racionalista, y construirá sus propios criterios para observar sus operaciones.

En la modernidad se da un paso hacia la búsqueda de criterios propios ya que de lo que se trata es de que, “conforme el sistema del arte se hace autónomo, el centro gravitacional se traslada de la heterorreferencia a la autorreferencia. A pesar de ello de ninguna manera se trata de autoaislamiento: *de l' art pour l' art*” (Luhmann, 2005: 248).

¹⁸ Comunicación personal, 2018.

Entonces, hay que entender que aunque el sistema arte se rija por sus propios criterios, no quiere decir que este aislado, puesto que al igual que el resto de los sistemas es capaz de observar y dejarse irritar por el entorno, pero solo si él mismo lo permite.

El sistema del arte se encuentra entonces en un estado de “clausura operativa” (al igual que todos los sistemas sociales), lo cual implica que ha delimitado sus estructuras respecto al entorno y éste ya no puede influir en la forma en que el sistema realiza sus operaciones, por tanto “la clausura operativa trae como consecuencia que el sistema esté determinado a la autoorganización. Sus propias estructuras pueden construirse y transformarse únicamente mediante operaciones propias” (Luhmann, 2007: 67), así el sistema realiza su propia construcción de orden interior sin interferencia del entorno. Cualquier decisión de la organización de sus estructuras será solo del mismo sistema.

Recordemos que una de las operaciones más importantes del sistema es distinguir, ya que al enfrentarse a comunicaciones siempre nuevas debe asignarlas al lado negativo o al lado positivo de su forma. Las comunicaciones asignadas al lado positivo son consideradas como exitosas, mientras que las del lado negativo son descartadas, aclarando siempre que tanto el lado positivo como el negativo forman parte del sistema; esta forma de dos lados es conocida como código.

Los sistemas orientan su construcción a partir de un código central, así que “los medios de comunicación simbólicamente generalizados requieren un código *unitario* (código central) para todo el ámbito de su médium. Un código consiste en dos valores opuestos y en este plano (aunque obviamente no en “la vida”) excluye terceros y más valores” (Luhmann, 2007: 280-281), así el código central es una forma estable que ayuda a orientar las operaciones del sistema. Es la unidad de la diferencia que tiene dos lados: positivo y negativo, aceptación/rechazo respectivamente en el sistema del arte, el cual se encargará de asignar a sus comunicaciones uno de los valores del código.

Para poder emplear adecuadamente la tarea de designar un lado del código, los sistemas requieren establecer criterios para poder definir a qué lado corresponde cada comunicación. Por tanto, ya no es posible señalar a una persona o a un grupo como los responsables de las decisiones que toman los sistemas, ya que éstos no responden más que a los criterios construidos históricamente que se encarga de desarrollar. Los sistemas no son propiedad de

nadie ni pueden ser controlados por nadie, tal caso supondría la destrucción del sistema y para ello sería necesaria una tragedia, por ello la operación de los criterios para la selección del código solo recae en el sistema.

Lo anterior representa una novedad ya que como observamos, en la antigüedad la religión y el poder tuvieron la capacidad para designar lo que se aceptaba y lo que se rechazaba, tal imposición necesitó de un grado de vigilancia y violencia constante, por consiguiente la distinción entre lo que era y no era arte, no era una decisión tomada a partir de esquemas propios de evaluación, si no que estas decisiones eran externas a su control, lo que tenía como consecuencia que los criterios de evaluación autónomos fueran escasos y que en cambio se buscara la aprobación constante de los ámbitos dominantes.

Lo que se va ganando en la modernidad es “el hecho de que el arte como unidad pueda ser diferenciada de otros sistemas sociales” (Luhmann, 1999: 17), para ello es muy importante que el arte comience a señalar de forma independiente las comunicaciones que son consideradas obras de arte. El sistema del arte cumplirá con este objetivo “en la medida en que le propone al observador distinciones mediante las cuales pueda orientarse, si es que quiere conservarse en el lado del arte” (Luhmann, 1999: 17). Es decir, que ofrezca al observador claves de observación, distinciones clave que pueda construir al momento de observar una obra de arte, con ello se le da la confianza de estar observando el lado positivo de la forma.

Debemos aclarar que una vez que se designa a la comunicación uno de los lados la forma, ya sea el lado negativo o el positivo, esta decisión no es inamovible, tal es que “toda codificación (positivo/negativa) debe por ello introducirse de manera secundaria y alcanzar así –conforme al sentido– el estatuto de *distinción intercambiable*” (Luhmann, 2005: 71). Entonces siempre existe la posibilidad de que la asignación del sistema en uno de los lados de la forma sea reintroducido en el otro lado de la forma, por ejemplo, la ciencia que opera con el código verdad científica/ no verdad científica constantemente actualiza lo que considera conocimiento científico gracias a nuevas propuestas científicas, de la misma manera comunicaciones que fueron consideradas como verdades científicas (pensemos en la frenología o en la física aristotélica) pasan a ser consideradas no verdades científicas (siempre al interior del sistema de la ciencia). Por tanto, las asignaciones que realizan los

sistemas no se realizan de manera trascendental, natural, moral u ontológica, sino atendiendo a las condiciones y estructuras sociales disponibles para la toma de estas decisiones.

Otro punto que debemos aclarar es que al referirnos a un lado “negativo” no nos referimos de ninguna manera a un sentido moral o peyorativo, tampoco significa que algo asignado en el lado negativo de la forma sea descartado, es decir lo que es considerado como no científico no está a fuera del sistema de la ciencia. De esta forma, Luhmann toma distancia de propuestas estéticas como la de Adorno que consideran que aquello que no es arte, es además no estético y debe ser descartado. Sobre estos postulados, Luhmann considera que “un cometido así sobrecarga el concepto de negatividad, sobre todo cuando se le exige además hacer justicia a la distinción estético/no estético. Nosotros consideramos que la distinción positivo/negativo es una forma muy específica cuya introducción requiere de consideraciones especiales” (Luhmann, 2005: 70); ya que la distinción en el caso de Adorno es tajante, el lado bueno y el lado malo, se vuelven mutuamente excluyentes. En la teoría de sistemas esto es distinto toda vez que la diferencia no marca lados opuestos, no existe confrontación u oposición entre los dos lados de la forma, en cambio se postula que ambos lados forman una unidad de la diferencia.

A lo anterior hay que agregar que las comunicaciones asignadas al lado positivo de la forma se vuelven comunicaciones que orientan a las operaciones posteriores, mientras que las comunicaciones del lado negativo de la forma sirven al sistema como material para la reflexión de sus propias operaciones. De esta manera, toda comunicación, ya sea del lado negativo o positivo pertenece al sistema y no es posible borrarla, ya que incluso aquellas comunicaciones que se descartan pueden ser reactualizadas en operaciones posteriores.

Al igual que el resto de los sistemas funcionales de la sociedad el arte establece un proceso de codificación, es decir establece una serie de semánticas (estilos), estructuras y organizaciones que se orientan por su código central y que se encargan de hacerlo operativo, en el caso del sistema del arte, éste opera con el código arte/no arte. Así las comunicaciones que se proponen como arte son atraídas y observadas por el sistema del arte quien se encarga de asignarles un valor.

Una vez que el sistema del arte logra establecerse como tal, obtiene la confianza social necesaria para poder señalar y evaluar todas las comunicaciones artísticas y comunicaciones en general que se generan sobre ellas. Es así como una vez establecido el código arte/ no arte, el sistema del arte se mantiene como un punto de evaluación para la sociedad, e incluso “cuando la diferencia es reconocida (y propuesta) como arte ya no puede desaparecer. En el arte la diferencia se vuelve (o no) productiva: aporta algo a la autopoiesis del arte o desaparece como desecho a el basurero” (Luhmann, 2005: 50). Así, el sistema del arte gana la confianza y la legitimidad suficiente para designar aquello que debe ser considerado valioso y aquello que debe ser descartado, orientado por el código aceptado/rechazado.

Sin embargo, debemos recordar que estas decisiones no son definitivas, ya que algo tildado de no artístico puede posteriormente ser reevaluado como una gran obra de arte. Pensemos en la corriente surrealista que encontró una gran resistencia y rechazo en sus inicios, para posteriormente pasar a convertirse en una de las corrientes consideradas actualmente de culto. Para el arte este es un tema sumamente relevante ya que la mayoría de las grandes obras comenzaron siendo rechazadas. En todos los géneros artísticos encontramos ejemplos de obras marginalizadas que posteriormente son reactualizadas como obras que orientan la creación artística.

Una pregunta interesante cuando se trata de sistemas funcionales es ¿cómo hace el sistema para decidir a qué valor del código corresponden las comunicaciones? En concreto ¿Cómo hace el sistema del arte para decidir si una obra es o no es arte? La orientación con la que cuenta el sistema es el código mismo, pero ésta es una forma sin contenido ya que el código no llena los criterios particulares de cada lado, por tanto, el código del arte no señala los criterios de evaluación para saber lo que es o lo que no es arte, tan solo es una forma que orienta pero que no determina.

El código requiere hacerse operativo. Al respecto, en el sistema del arte –como en cualquier otro sistema–, sabemos que tenemos que evaluar entre lo artístico y lo no artístico, y para ello se requiere establecer criterios para saber qué operaciones se deben seguir para poder aplicar este código. Por ejemplo, en el caso del sistema del derecho el código central es legal/no legal, si bien esta forma no determina lo que es legal o lo que no

lo es, la constitución es la herramienta establecida para poder tomar esa decisión, mientras que las leyes y reglamentos estipulan procedimientos a seguir para poder determinar lo que es y no es legal. A este establecimiento de criterios y de procedimientos se le conoce en la teoría de sistemas como “programas”.

De esta manera reconocemos como dos categorías diferentes al código y al programa. Luhmann señala que “los sistemas funcionales particulares identifican de distinta manera sus códigos invariables y sus programas variables” (Luhmann, 2007: 611), de forma tal que el código es parte de la conformación del sistema lo que provoca que muy difícilmente esta forma pueda modificarse, ya que el sistema prácticamente perdería toda su identidad. Por el contrario, los programas se modifican constantemente, actualizándose según el momento histórico en el que se desenvuelven.

Tal que desde la teoría de sistemas el concepto de programa es entendido como las “condiciones ulteriores que establezcan en qué circunstancias la atribución del valor positivo y en qué circunstancias la atribución del valor negativo son correctas o falsas” (Luhmann, 2007: 294). El autor señala varios ejemplos de programas en los diferentes médiums de comunicación simbólicamente generalizados, así tenemos que “para el médium de la verdad, por ejemplo, los programas toman la forma de teorías y métodos; para el poder jurídicamente codificado toman la forma de leyes, de decisiones de los tribunales, con efectos judiciales y contratos; el médium dinero se reespecifica en la forma de programas de inversión o programas de consumo” (Luhmann, 2007: 294). De esta manera observamos la variedad de programas que se establecen en cada médium o sistema, y también como de forma variada y asimétrica cada sistema conserva autonomía al momento de estructurar sus programas.

Hasta ahora podemos suscribir que el código del sistema arte es arte/no arte, la pregunta siguiente es ¿cuál es el programa del arte? Debemos admitir que es menos evidente que el resto de los sistemas funcionales; a diferencia del sistema del derecho o de la política donde son aparentemente claras las reglas que operan para decidir si algo es o no legal, si algo es o no político; en el caso del arte esto no aparece de manera evidente, es más algunos podrán afirmar que va en contra el “espíritu” del arte el establecer programas que se usen para evaluar lo que es y lo que no es arte.

De esta manera, también sería difícil admitir que es posible establecer una serie de instrucciones que garanticen que una comunicación será calificada de artística, y sería igualmente difícil si nos preguntamos por qué una obra ya calificada de arte alcanzó ese estatus

¿Dónde está la particularidad? ¿Dónde reside su particularidad?

Podría pensarse que esto se debe a un consenso, pero esto abriría más preguntas sobre las condiciones de posibilidad de dicho consenso y sobre las operaciones que se deben realizar para que dicho consenso sea posible. Luhmann señala que el arte “renuncia a llegar a una decisión por la fuerza del consenso (o del disenso)”, primero porque podemos observar que operativamente no sucede así y por otro lado porque esto sólo pospondrá la pregunta y nos llevaría de nuevo a preguntar con qué criterio o con qué procedimiento deciden los participantes del consenso lo que es arte y lo que no lo es (Luhmann, 2005: 239).

La dificultad de encontrar la particularidad del arte radica principalmente en que no podemos partir con una racionalidad analítica que descomponga los elementos para encontrar la parte que es fundamental de una obra. El arte no necesita de razones “lógicas” para ser arte: “el arte no puede simplemente subsumirse, digamos, bajo el concepto de razón o de la racionalidad, sino que él es esta racionalidad, en sí misma, sólo que en la forma de su otredad, en la forma –si ustedes quieren– de una resistencia determinada en contra de ella” (Adorno, 2003: 62). Es decir, de una racionalidad propia que no está subsumida a razones construidas en otros ámbitos. No obstante, de tal postulado rechazamos la idea de oposición que está presente en Adorno, pues si bien el arte tiene una racionalidad propia no tiene por qué estar *a priori* en oposición a alguna racionalidad. De forma similar Luhmann señala que “el arte no requiere fundamentación racional y, debido al desarrollo de su fuerza de convicción en el ámbito de lo perceptible, también convierte en percepción el hecho de no requerir ninguna fundamentación” (Luhmann, 2005: 239-240); tal que el arte parece ir construyendo en cada obra singular criterios de decisión igualmente particulares para evaluarse, y allí los programas generales parecen ofrecer poco a las comunicaciones artísticas, que al incluir a la percepción parecen requerir también que cada obra demanda su guía particular de observación.

Esto es especialmente ‘dramático’ si consideramos que en el arte las jerarquías no están claramente establecidas, en contraste con lo que observamos en sistemas como el de la política que establece claramente las jerarquías de decisión y que quedan plasmados en algunas de sus organizaciones como: el gobierno, con sus tres niveles (municipal, estatal y federal). En el caso del sistema del arte no existen mecanismos coercitivos que obliguen a aceptar la autoridad de alguna institución por más prestigio que ésta pueda acumular, tampoco es que se opere en las sombras y todas las opiniones sobre el arte valgan los mismo, lo que se quiere señalar es que estas jerarquías no están institucionalizadas.

Sobre este punto, Luhmann señala que el hecho de que “el arte se recurra a estructuras transjerárquicas, círculos autorreferenciales, lógicas transclásicas y, en resumidas cuentas, a mayores grados de libertad, es algo correspondiente a las condiciones sociales de la modernidad” (Luhmann, 2005: 249). Al respecto el autor tiene un gran acierto al señalar que en la sociedad moderna una cualidad fundamental del arte son sus altos grados de libertad, de esta manera es comprensible que el arte no establezca jerarquías ni métodos de decisión generales ya que esto limitaría las posibilidades del arte de operar con dicha libertad.

Como hemos señalado, el sistema del arte en la modernidad no recurre a las jerarquías, ni a los métodos de decisión generales, pero tampoco podemos quedarnos en el relativismo, es claro que tiene que existir alguna guía por más general que sea para poder evaluar las comunicaciones artísticas. El observador no puede recurrir a la intuición y apoyarse sólo en la ingenuidad. La obra de arte requiere para su observación de un conocimiento previo y no parte solo de experiencia, es así que “se necesitan indicadores para reconocer la obra de arte como objeto, pero estos indicadores no ofrecen ninguna clave para entender la comunicación artística. Hay experiencias y hábitos que facilitan la identificación de la obra como obra de arte, pero no hay ningún destello de aprehensión intuitiva de armonía” (Luhmann, 2005: 42-43), claro que se puede tener un conocimiento amplio (y además calificado, por ejemplo, por el sistema educativo) sobre el arte, pero el arte exige para quien desee observar, un estado de constante alerta pues cada obra exige que se reconozca las diferencias específicas con la que ha sido creada.

El arte constituido como un sistema con una complejidad creciente, exige por tanto de sus observadores un alto nivel de especialización, las comunicaciones especializadas que se construyen permiten establecer diferencias sobre el qué observar y (más importante aún) el cómo observar. Esto hace plausible que se dé un proceso de estabilización en el cual “las observaciones consolidadas en la obra de arte empiezan a comunicarse entre sí y ello exige criterios de comparación, medidas de valores, y hacen a un lado a otros objetos (por ejemplo, los instrumentos) valiéndose de distinciones y comparaciones. Ahora se puede discutir qué obras son mejores o si el arte antiguo era mejor que el moderno. Entonces ya se puede discutir a partir del rendimiento de la original” (Luhmann, 1999: 23).

Es así como se construyen criterios particulares de observación para un grupo de obras o incluso para obras singulares. Las comunicaciones sobre las obras toman una relevancia determinante en las posibilidades que tiene la obra de ser considerada artística, ya que juegan un papel fundamental en la forma en que será construida la “opinión pública” sobre la obra, ofreciendo a la sociedad la confianza de evaluar lo que es y lo que no es arte.

Como mencionamos anteriormente el sistema del arte requiere entonces de una orientación para poder decidir qué lugar asignarles a sus comunicaciones. En la forma arte/no arte, esta orientación solo puede ser (en la modernidad de la sociedad moderna) establecida en términos generales. Luhmann señala que esta orientación es “la novedad” y que se ha venido establecido desde hace varios siglos: “ya en el siglo XVI se acumulan indicios de que la novedad es condición para que las obras de arte sorprendan y gusten” (Luhmann, 2005: 332); orientación que es lo suficientemente general para soportar la multiplicidad de formas de las obras de arte (*estilo*).

Decir que la novedad es la tendencia de un sistema es una idea que a primera vista puede parecer contraria a la tendencia general que observamos en los sistemas, incluso nosotros hemos intentado explicar el proceso de estabilización del sistema del arte, ¿cómo puede un sistema formado por estructuras estables orientarse hacia lo nuevo? La pregunta es pertinente ya que esta tendencia es exclusiva del sistema arte, los demás sistemas no se orientan hacia la novedad más bien están condenados a tratar con ella y adaptarse constantemente para hacerle frente; pasa lo contrario en el arte donde “la novedad se maneja como condición de que algo guste y esto sirve para que el arte se delimite:

naturalmente, ni la religión, ni la política, ni el derecho gustan” (Luhmann, 2005: 333). Así el arte se define como un sistema con una tendencia contra-estructural al orientar su lado positivo a la novedad, los otros sistemas no pueden orientarse de manera tan determinante a la novedad ya que esto traería grandes riesgos sociales y pondrían a la sociedad en una crisis de confianza.

Al ser la novedad la orientación del sistema del arte, se puede decir que el arte no acepta esquemas preestablecidos en su configuración, está constantemente desestructurándose ya que la novedad es siempre desviación de lo ya aceptado. Por tanto, el sistema del arte en su relación particular con el futuro (en comparación con el resto de los sistemas funcionales) mantiene una atención constante hacia las nuevas formas y por ello es más probable que obra con originalidad sea admitida/aceptada como arte.

El establecimiento de un código es clave para la orientación de los sistemas sociales, sin embargo, se requiere de guía para las operaciones concretas. En este sentido, Luhmann señala que “no obstante, un código debería generar además programas que “operacionalicen” la preferencia del sistema en el plano de las *operaciones*” (Luhmann, 2005: 315) es decir, que sea capaz de llevar a cabo una vinculación entre las operaciones concretas del sistema y la orientación general del código. Para el caso del arte, establecer normativas es particularmente difícil. Por ello dichas normativas no pueden establecerse en el nivel del código, no pueden ser la orientación de todo el sistema del arte, sino que asumen el carácter de programas particulares y movibles.

Recordemos que sobre la diferencia entre código y programa, Luhmann señala “el código como esquematismo binario puede mantener estable, mientras todo aquello que cumple la función de programa en la asignación correcta de los valores del código puede abandonarse al cambio, al espíritu de la época, al imperativo de lo nuevo” (Luhmann, 2005: 335), de forma que el programa sea algo cambiante y particular a la obra (u operación del sistema) que pretende observar, al grado que “toda obra de arte es su propio programa” (Luhmann, 2005: 337). De esta manera, cada obra exige un esquema de observación distinto, en donde se aprecian diferencias específicas y secuencias de formas particulares, lo que también obliga a que la obra deba ser no solo apreciada, sino explicada de manera textual para conocer su propuesta y la secuencia de observación que propone. Todo ello sin que el

código sufra algún cambio, ya que como orientación mantiene fija su atención en la novedad.

Pero ¿cómo es posible que el arte tenga criterio de selección si se guía por la novedad?

Anteriormente ya habíamos mencionado que el sistema del arte cuenta con un acervo de formas exitosas, obras que han alcanzado un rango de aceptación tal que muy pocos se atreverían a cuestionar su valor artístico. Estas obras sirven como esquemas de observación que guían la mirada por las formas, por los símbolos ya establecidos, y que se vuelven un requisito para el observador que desee contemplar la obra. De esta manera Luhmann señala que “también lo clásico es un constructo de observación para observadores, cuya intención siempre ha sido la de cambiar la polaridad del tiempo: las obras clásicas con el tiempo –a diferencia de otras obras se considera cada vez mejores” (Luhmann, 2005: 219), de esta manera, en el sistema del arte de la sociedad, los llamados *clásicos* se mantienen vigentes a pesar de su antigüedad. Al garantizar el soporte para que el arte tenga un lenguaje propio, es la tradición que permite tener elementos para discutir sobre las obras contemporáneas y de esta manera poder construir la diferencia entre lo conocido/nuevo.

Así, tenemos que el arte es atraído por la novedad y, no obstante, evoca una gran cantidad de formas exitosas, de símbolos recurrentes y de esquemas ya establecidos (que pueden ser denominados como obras clásicas), ya que el sistema del arte en cada observación realiza una convivencia entre el pasado y el presente, de tal manera que “el arte al observarse puede realizar la diferencia (sorpresa/reconocimiento)” (Luhmann, 2005: 236). El arte parece entrar de esta manera en una paradoja: por un lado, siente atracción por las formas novedosas, por el otro tiene que recurrir a formas ya establecidas para evaluarlo.

Por tanto, la observación del arte requiere de una elaborada mediación, que obliga a acoplar el pasado y el futuro, y precisa que las operaciones del arte recurran constantemente a su *memory function* y al mismo tiempo permanezcan atentas a las novedades siempre contingentes. Estas dos labores, determinan la operatividad para crear estructuras que les permitan mantener la memoria de las obras clásicas, por ello en las academias de arte se parte del conocimiento de la “tradición” como un paso indispensable para la formación artística; los museos, filmografías, bibliotecas y fonotecas facilitan el acceso a esta tradición al mantener la disponibilidad de las obras que se consideran dignas de ser

conocidas. De esta forma, la memoria del sistema del arte, y de las formas que se han considerado exitosas, están constantemente en un proceso de actualización, ya que como sabemos, el pasado se construye desde el presente, y en cada generación atrae cosas del pasado para agregarlas a la tradición o descartarlas; porque el pasado nunca es ni una repetición ni una construcción ya establecida.

Todo esto se discute para mostrar la necesidad que tiene el arte de especializarse a través de academias, revistas, galerías y diversas organizaciones que tienen la tarea de observar las comunicaciones artísticas, es decir de especializarse en ámbitos particulares de dichas comunicaciones, y así avanzar en la inalcanzable tarea de procesar todas las comunicaciones que le competen al sistema. Un mayor nivel de especialización significa, por otro lado un mayor nivel de exclusión, ya que aquellos que quieran tener lugar en las comunicaciones del sistema del arte tendrán que tener un nivel de preparación en este ámbito.

Por lo anterior, una gran cantidad de actividades estéticas quedan aisladas de las operaciones del sistema del arte, al no poder vincularse con sus preocupaciones actuales. Si bien, dichas obras, pueden ser calificadas como arte, es realmente improbable al no vincularse a los canales tradicionales que se han establecido dentro del sistema del arte (como son las academias o las galerías), al no vincular sus comunicaciones a la tradición artística y representar una novedad para el sistema del arte (lo cual le toma tiempo al sistema procesar) o simplemente al no ser considerado arte en las semánticas establecidas. Tenemos casos como las artesanías, el graffiti, el rap o las series de televisión donde parece claro que (al menos por el momento) no son reconocidos como arte, y son expresiones estéticas que son marginalizadas o simplemente rechazadas dentro del sistema del arte.

Como todos los sistemas, sin embargo, el arte no es capaz de observar todas las comunicaciones que acontecen dentro de sí; Luhmann señala que ningún sistema es capaz de alcanzarse a sí mismo (2007), lo cual trae como consecuencia que de la inmensa marea de comunicaciones estéticamente refinadas que se crean el sistema del arte solo sea capaz de procesar y dar cabida a un grupo específico de estas comunicaciones, ello a pesar de que el sistema del arte está en un proceso constante de aumento de su complejidad interna para

poder integrar una mayor diversidad de la gran cantidad de comunicaciones que han sido rechazadas por el sistema y enviadas a sus periferias.

¿Pero qué pasa con lo marginal del arte? Con esta gran cantidad de obras que se quedan en la periferia, ¿hay algún campo de la sociedad dónde sean de utilidad?, ¿podría ser que el sistema del arte ha obstaculizado el observar otros procesos de construcción estética?

CAPÍTULO III

INDUSTRIA DE LA CULTURA

3.1 El sistema del arte y su periferia

El proceso de diferenciación de cualquier sistema social es una operación del sistema en la cual se establece qué elementos son parte de él y cuáles del entorno. Como hemos señalado el entorno es siempre más complejo que el sistema, el sistema responde a esta diferencia construyendo más complejidad en su interior, lo que a su vez genera un aumento en la complejidad del entorno, teniendo así que “el incremento de los sistemas son al mismo tiempo diversificación e incremento de los entornos” (Luhmann, 2007: 341).

Como tendencia, la complejidad que se desarrolla al interior del sistema está siempre en aumento, el entorno es infinito en formas (que posteriormente alguno de los sistemas funcionales puede decidir integrar o no) que son señaladas desde el mismo sistema como exteriores, de esta manera el sistema señala aquellas comunicaciones que le son ajenas. Por tanto, el entorno no está decidido de facto ni por sus propiedades físicas sino que es construido por el propio sistema (en tanto y cuanto observador). Esto es igualmente válido para el sistema del arte, que se encarga de diferenciar sus fronteras, es decir los límites del sistema, respecto al resto de comunicaciones de la sociedad moderna.

El sistema del arte construye su entorno guía por su problema particular, expresado en su código central, en su caso particular arte/no arte. De esta manera establece las comunicaciones que son parte del sistema y las que son parte del entorno. Es importante acentuar que aquello que es calificado como no arte también forma parte del sistema del arte, solo que del lado negativo del código. De igual manera la obra rechazada es atraída al sistema del arte y de ahí señalada como una obra que no logra aportar al sistema del arte, pero ya el hecho de ser atraída para la discusión la hace partícipe del sistema, aunque termine por ser desechada. Por tanto, las obras calificadas de no-arte son parte del sistema del arte y no del entorno.

En la sociedad moderna, lo que es designado como arte es seleccionado por el sistema del arte, de esta manera, lo que el arte selecciona con un valor positivo pasa a ser integrado a las comunicaciones que sirven como ejemplo de formas exitosas, mientras que las que se les da un valor negativo son descartadas y son material para la reflexión.

Recordemos que el sistema del arte opera a través de comunicaciones particulares, que tienen la cualidad de ser comunicaciones estéticamente refinadas y cuya función consiste en “hacer aparecer al mundo en el mundo” (Luhmann, 2007: 274-275), esto al operar con la forma realidad imaginaria / realidad real. Es decir, el arte construye una versión del mundo en cada obra y hace aparecer al mundo en el mundo. Las comunicaciones que cuentan con dichas características son avasalladoras en comparación con aquellas que llegan a ser evaluados positivamente por el sistema del arte. Si la tendencia de los sistemas funcionales es a enfrentar la complejidad del entorno con el aumento de complejidad interna, por lo tanto “todos los sistemas están en un proceso siempre ascendente de diferenciación interna, así es posible hablar de segmentos y rangos en el arte, incluso en la mayoría de sistemas” (Luhmann, 2005: 303).

Desde esta perspectiva podemos observar cómo este crecimiento en la complejidad interna del sistema corresponde a un aumento en la variedad de las obras artísticas, pues resulta ineficiente la clasificación tradicional de las antiguas siete bellas artes y ganan terreno nuevas expresiones artísticas que se presentan en nuevos formatos. No obstante, la tendencia anterior, el sistema del arte deja varias comunicaciones en el lado exterior del sistema, es decir que no son evaluadas como arte ni como no arte, son consideradas ajenas a esta discusión.

Es necesario entonces rubricar que el hecho de que algunas formas se encuentren fuera del sistema del arte no es una posición definitiva ya que “el lado exterior de esta forma (obra de arte) subsiste como *unmarked space*. Sólo mediante lo observado de las formas internamente realizadas, surge la posibilidad de disponer también sobre el otro lado; por lo tanto, de tomar decisiones que vuelven a modificar la que ahora se desempeña como el otro lado (el cual había servido de punto de partida)” (Luhmann, 2005: 68). Por tanto el lado externo se mantiene ahí –siempre disponible– para que el sistema del arte lo observe (y solo

existe cuando el sistema del arte ha determinado que le es externo) y para que, si así lo decide, integre algún elemento del entorno al interior del propio sistema.

Todos los sistemas toman decisiones al asignar un lado de su código a las comunicaciones que forman parte, de lo que al sistema le parece “aceptable/no-aceptable” (Luhmann, 2005: 314). El arte parece ser el sistema al que más tiempo y dificultades le toma llegar a un veredicto, esto en comparación con sistemas como el sistema del derecho donde se tiene que establecer lo legal/no legal al momento de resolver la operación y la incertidumbre sobre si algo es o no legal tiene consecuencias graves para el operar del sistema. Dicho riesgo es tan importante que se han establecido previamente los mecanismos para que el derecho tome estas decisiones y también ha establecido sanciones para los casos en que la incertidumbre se mantiene más allá del plazo de tiempo establecido, lo que queda normado por los programas decisionales. De esta manera al presidir un caso, el juez debe dictaminar si existe o no un delito, no puede proponer un punto medio ni afirmar un delito a “medias”. El juez debe (en función de las leyes vigentes) determinar si la acción es legal o no legal, del mismo modo no le es posible retrasar indefinidamente esta decisión ya que los tiempos en que debe decidir están establecidos.

Todo esto se debe principalmente al procedimiento para la toma de decisiones que Luhmann señaló con el concepto de “programación”. Programación como esa serie de pasos o fases que se establecen a partir del código central para que el sistema determine a qué lado del código pertenecen las comunicaciones.

Siguiendo con el ejemplo anterior, es claro que el derecho ha generado estructuras que garantizan la rigidez en su operar, la semántica moderna postula que el derecho debe seguir siempre el mismo procedimiento sin distinción de a quién se aplica el caso, se habla de “asegurar el debido proceso”, esta rigidez ha sido considerada como la garantía de un trato equitativo.¹⁹ Así el derecho ha establecido de manera clara los procedimientos para la toma de decisiones y ha establecido condiciones punitivas para orientar su debido cumplimiento.

En el sistema del arte podemos observar una gran diferencia. En dicho sistema los procedimientos para determinar qué es o no arte no están claramente establecidos (y no hay

¹⁹ Lo cual en el derecho se traduce en la fórmula de contingencia “justicia”, que presupone tratar lo igual como igual y lo desigual como desigual (Zamorano Farías, comunicación personal, 2017).

forma de que en la modernidad lo estén), no hay posibilidad de establecer los pasos para que una obra llegue a ser considerada arte, tampoco existen reglamentos para desacreditar algo que ya es considerado como tal y de la misma manera tampoco hay programas condicionales rígidos que presionen a la sociedad para aceptar sus decisiones. Las obras estéticas parecen atravesar un largo proceso de análisis por parte del sistema del arte, este análisis no tiene fases establecidas ni un reglamento de procedimiento. Algunas organizaciones podrían considerar la aprobación de una obra como arte, pero tardará mucho más tiempo para que el sistema lo acepte por completo, es decir, que llegue a ser un “clásico” una obra que indiscutiblemente se considera arte.

En este largo proceso en el que las obras serán asimiladas dentro del sistema del arte, algunas se considerarán relevantes desde el comienzo, mientras que otras pueden tardar varios años en ser consideradas importantes, esto genera que en lo referente a las obras creadas en el presente haya una selección altamente particular sobre qué obras son las que (como suele decirse) “pasarán a la historia”. El proceso de selección del arte resulta muy largo, en comparación de la inmediatez que exige la sociedad moderna, el sistema del arte parece recurrir a un método de evaluación distinto que logra responder a esta necesidad de novedad permanente.

Al interior del propio sistema del arte se establece una relación interna centro-periferia que le permite al sistema posponer una respuesta a la forma arte/no arte. Por tanto, la relación centro-periferia (aparece como una forma de graduación) es relevante como una estrategia para responder a su demora en la toma de decisiones, que hace que el sistema se mantenga expectante a la decisión, lo cual podría ser una ventaja para mantenerse perceptivo a formas ya procesadas.

Este retraso establece que una obra novedosa no sea rechazada o aceptada de manera instantánea, si no que será observada y discutida en pequeños círculos especializados quienes determinan si es cercana a sus intereses. Si una obra toma relevancia, será discutida en círculos más amplios, rompiendo los localismos geográficos o de géneros/estilos artísticos, cuando una obra toma relevancia se coloca más cerca del centro del sistema del arte, de esta forma al ser observado por círculos cada vez más cercanos a dicho centro se le confronta constantemente al código arte/no arte. En cambio, cuando la obra no supera el

primer círculo de interés se quedará en la periferia del sistema del arte,²⁰ será confrontado en pocas ocasiones al código arte/no arte, y no logrará atraer el interés del sistema. Estas obras son rápidamente olvidables, aunque en casos excepcionales son recuperadas posteriormente.

Al respecto, es necesario retener que las formas de diferenciación propuestas por Luhmann, no tienen un dominio absoluto de las formaciones sociales que las utilizan, de lo que podemos hablar es de un “primado” que es una forma de diferenciación (Luhmann, 2007: 485). De esta forma, aunque en la actualidad nos encontremos con una forma de *diferenciación funcional*, esto implica que existen otras formas que conviven de manera secundaria con la diferenciación funcional que predomina.

Aquí es necesario señalar que las formas marginales, incluso aquellas que alcanzaron relevancia, son seleccionadas como no arte y por lo tanto son parte del sistema del arte y no solo se les ha otorgado el valor negativo del código, de forma que “lo adecuado o inadecuado (éxito/fracaso) de los suplementos no decide acerca de los límites del sistema/arte. También las obras malogradas son obras de arte –sólo que obras fallidas” (Luhmann, 2005: 324). Debemos nuevamente insistir en no dar a esto una significación valórica, ya que el hecho de que algo sea seleccionado como no arte, no lo convierte en algo despreciable, ni en algo externo al sistema del arte.

La gradación surge una vez que el sistema del arte acepta que no puede dar sentencias absolutas, cuando renuncia a la verdad y acepta la imposibilidad de determinar sus propias formas. Es así como incluso “los críticos”, especialistas de las novedades artísticas, tienen que dar por perdida la autoridad absoluta sobre el arte para emitir un primer juicio; así “la crítica del arte pierde todo piso firme y debe renunciar a representar las únicas opiniones correctas; o sea ya no puede remitirse a la verdad, sino tan sólo a colaborar con la obra de arte” (Luhmann, 2005: 275). De esta manera se renuncia a los juicios cerrados y lo que se pueda decir de la obra debe aceptarse como una opinión, claro que si esas opiniones vienen de organizaciones que se encuentran próximas al centro del sistema del arte tendrán más

²⁰ La periferia se refiere a las “desigualdades en sitios estructuralmente decisivos” en relación con un centro (Luhmann, 2007: 525), así ambas distinciones son parte de la forma centro/periferia. La relación que se establece también es desigual “el centro con sus propios logros y diferenciaciones depende en mayor medida de esta forma que la periferia” mientras que la “la periferia mantiene la diferenciación segmentaria de las economías domésticas y por eso puede sobrevivir sin centro” (Luhmann, 2007: 526).

relevancia, porque a lo que se renuncia es a la posibilidad de que alguien pueda determinar al sistema del arte.

Tal que el proceso de gradación en el sistema del arte evoluciona hasta establecer formas que se mantienen de manera permanente en la periferia; formas que han estado ausentes de la discusión central del sistema y por tanto relegadas comunicativamente. Su posición constante en la periferia llevó al sistema del arte a construirles estructuras y organizaciones en la misma periferia. La estabilización de dichas formas en la periferia crea una recurrencia que le permite a las organizaciones centrales del sistema arte desembarazarse, al menos en la mayor parte de sus operaciones, de las discusiones y de las comunicaciones que son construidos en la periferia.

Así que, aunque los sistemas normalmente se convierten en el centro del médium en el que se forman y que la mayor parte de las formas creadas en el médium son atraídas por el sistema (basta con pensar las muy escasas operaciones económicas que están fuera del sistema de la economía, como el trueque), es posible sostener que los sistemas no dominan al médium en el que se forman ni lo determinan, porque el médium sigue siendo capaz de construir formas incluso aquellas que el sistema rechaza. En este sentido Luhmann señala que “el sustrato medial no tiene el poder de acoplarse operativamente al sistema: únicamente las formas pueden hacerlo” (Luhmann, 2007: 154) y esto es clave para afirmar que el sistema no tiene la capacidad de dominar todo el médium, podrá integrar algunas formas, pero no será capaz de determinar su construcción.

En el médium del arte podemos observar de manera sumamente gráfica la diversidad de formas que crean con una función estética y cómo aquellas que socialmente son atraídas al centro del sistema del arte es muy reducida. Por tanto, la mayoría de las formas estéticas quedan rezagadas en la frontera del sistema del arte, y ante tal nivel de exclusión la sociedad ha optado por la construcción de estructuras en la periferia del sistema del arte que también se encargan del problema de lo estético, pero con una especificidad única para un cierto grupo de obras artísticas y con una capacidad de respuesta mayor.

Las estructuras a las que hacemos referencia se han afianzado en la periferia del sistema del arte y no participan de manera óptima de las estructuras, organizaciones y semánticas del centro sistema, han desarrollado de manera complementaria sus propios criterios, sus

propios referentes y sus propios símbolos. Algunas de estas formas datan de largas tradiciones, otras surgen como una respuesta al acoplamiento del sistema del arte con otros sistemas y otras más han tenido breves acercamientos con el sistema del arte, antes de ser expulsados una vez más. Estas estructuras son variadas y no se pretende agotar todas sus construcciones, mas y como referente empírico observemos algunas que muestran una estructuración estabilizada.

El folklore y la artesanía son expresiones estéticas que están ligadas a la identidad de una unidad nacional, de un país o una comunidad. Son estructuras estéticas consolidadas que se amparan en una tradición que justifica su existencia y su validez, sin necesitar así, de la aprobación de las organizaciones centrales del sistema del arte (galerías, festivales, exhibiciones). Esto no quiere decir que no pueden ser llevados a estos espacios (al respecto recuérdese la exposición de Violeta Parra en el Louvre de París en 1964), pero siempre con un grado de reserva, de mantenerse como un evento en la periferia del sistema del arte.

Comunicativamente incluso parece ser necesario aclarar que en una organización de este tipo, es normal que se comunique: exhibición de artesanía, exposición de artesanía. Está necesidad de aclarar, muestra como en la comunicación se le da un campo particular a la artesanía.

La diferencia entre artesanía/arte se mantiene en la sociedad moderna, esta división en el uso común del lenguaje pocas veces precisa a qué se refiere cada campo y sobre todo no se aclara cuál es la unidad de la diferencia. La artesanía es sin lugar a duda una comunicación integrada al sistema del arte, que comparte la construcción de las formas estéticamente refinadas con el resto de las formas del sistema, pero que difieren en el origen y el sentido que se le da a la construcción de las comunicaciones de la artesanía.

El folklore, considerado como algo que ha logrado preservarse en el tránsito a la sociedad moderna desde su surgimiento en la antigüedad, asienta un discurso que está estructurado siempre hacia un pasado y que es aceptado como necesario de preservar. Estas comunicaciones mantienen un lazo irrompible con su lugar de origen, al grado que cada vez que se exhiben se aclara “artesanías de...” o “artesanía del pueblo...”, aspecto que se resalta, dejando de lado el nombre del autor (en caso de que se conozca) pues y como

señala Arnold Hauser, para las antiguas culturas el oficio artístico es “impersonal” (Hauser, 2018: 67).

De ahí que las obras del folklore y la artesanía tengan un sentido distinto a las del sistema del arte, ya que éstas buscan mantener y por tanto evitar las variaciones de la tradición (aunque sea imposible). Se busca mantener lo más fiel posible a la expresión que se les ha sido heredada. Incluso es posible señalar que la diferencia central se encuentra en el programa que el folklore establece, el cual se cimienta en mantener la identidad cultural de la región o pueblo determinado (ballet folclórico de México). Aquí la orientación no es a crear novedad sino a mantener la identidad, que sigue orientada por el código central del sistema del arte arte/no arte; no obstante el desarrollo del programa se establece manteniendo el apego a la identidad (al pasado).

En cambio, recordemos que las obras del sistema del arte no tienen un compromiso estricto con el pasado (que para ellas es solo una referencia), sino que tienen un anclaje mucho más profundo con el futuro, con la producción de variaciones para lograr construir una novedad, una obra que logre sorprender al sistema del arte. Así, mientras el primero busca no modificarse el segundo es atraído/impulsado por las novedades.

En su operar, el sistema del arte no atrae a las obras del folklore a sus estructuras centrales, las observa y puede inspirarse en ellas, pero no las procesa en el centro del sistema del arte; más bien éstas son enviadas a su espacio particular, son alejadas y envueltas en una semántica particular, donde el rigor del código arte/no arte se ve aminorado y puesto que la artesanía se encuentra aceptada como arte, intentar discutirlo parece una tarea ya superada para el sistema. La artesanía puede calificarse de bella o valiosa, pero no se busca integrarla en discusiones centrales del sistema, de la misma manera que considerarlas aberrantes e insignificantes tampoco logra liquidar el valor estético que socialmente se les ha otorgado.

De esta manera, se han establecido lugares diferenciados, para su creación y para su observación; para el arte los institutos y las galerías, para el folklore el mercado y la plaza pública. Con estas semánticas se establece la diferencia, no solo con el término folklore, así cuando se quiere hacer referencia a dichas actividades se les llama “actividades culturales” pero nunca artísticas, también se usa la expresión “artes populares” que también demuestra que se percibe al folklore como algo diferenciado del arte.

En la diferencia folklore/arte no existe una relación de negación ni de oposición sino, una vez más, ambas pertenecen al sistema del arte sólo que la segunda se ubica en su centro. Más que confrontarse, el folklore y el arte se construyen con objetivos distintos y desarrollan estructuras diferenciadas, tampoco queremos decir que la línea que los diferencia sea una barrera infranqueable ya que, habrá obras que nos hagan cuestionar esta diferencia, incluso obras construidas para desafiar esta diferencia.

Si observamos el diseño, encontramos que el ornamento ha alcanzado gran estabilidad como una estructura estética de la periferia del sistema del arte. Con ornamento nos referimos a la cualidad estética que se ha construido en torno a los objetos con los que cotidianamente convivimos, por tanto, pasa constantemente desapercibido a sus usuarios, ya que pocas veces logra causar sorpresa. Precisamente, el ornamento, a diferencia de las obras del sistema del arte, no busca generar su propia realidad que se separa de lo cotidiano,²¹ sino precisamente integrarse a lo cotidiano y fundirse con él.

Relacionado con el vínculo del ornamento con la realidad, Luhmann señala que “desde la perspectiva del proceso de producción, se debe crear una limitación análoga en la forma de un espacio parcial *ex profeso*: la fachada de un edificio, la superficie de un recipiente: o de un tiempo parcial con un principio y un fin autodeterminados. El arte representativo presupone, en cambio, la producción de un espacio (o un tiempo) imaginario para así tener mayores libertades de aprovechar este medio autocreado, tanto de manera representativa como ornamental” (Luhmann, 2005: 192). Por tanto, el ornamento encuentra una limitante en el espacio de la realidad que ocupa, respecto a la funcionalidad del objeto que lo sostiene y sobre todo con el fin de su creación. Todo ello contrario a las grandes libertades que tiene el sistema del arte en sus estructuras centrales para la construcción de sus obras.

El ornamento se ha convertido en una estructura diferenciada del centro del sistema del arte, al grado en que ha generado también su grupo de especialistas y de organizaciones propias y bajo el título de “diseño”, el ornato ha logrado establecer una diferencia respecto al sistema del arte. Los creadores del ornato no son artistas sino diseñadores, sus obras no deben complacer solo al gusto estético sino cumplir con una función “práctica”. Nos parece

²¹ Luhmann señala en el *Arte de la sociedad* “una realidad real y una imaginaria” (Luhmann, 2005: 237).

que la tarea del diseño se encuentra, como escribió Benjamin, “entre el constructor y el decorador, entre la Escuela Politécnica y la Escuela de Bellas Artes” (Benjamin, 2005: 38). De esta manera, la diferencia arte/ornato ha logrado que el segundo se desarrolle con independencia del primero, abandonando el compromiso de complacer a las estructuras centrales para crear sus propios estándares de aprobación.

El ornato es una actividad estética, por tanto, observada en el sistema del arte, pero sin pertenecer a sus estructuras centrales. No hablamos ciertamente de una frontera, sino de una gradación, de un establecimiento de cercanía/lejanía sobre los temas centrales del sistema del arte que siempre podría ser un modo distinto. Varias obras con pretensiones artísticas no superaran la del mero acompañamiento estético (es decir la decoración), de la misma manera no hay impedimento para que diseños extravagantes logren generar una novedad interesante para el sistema del arte (pensemos en la Bauhaus). Si nos atrevemos a señalarlos como estructuras diferenciadas es porque este tipo de obras representan la minoría y en la gran mayoría de sus comunicaciones, se mantendrán en estructuras especializadas para el ornamento.

Una diferencia sustancial entre el ornato y el sistema del arte, es cómo el segundo mantiene su aprecio por la obra original (sobre todo en las artes plásticas), los museos y las galerías. Éstas representan una muestra del aprecio que aún se les guarda a las obras de arte originales, que asumiendo su unicidad se les convierte en objetos dignos de devoción para aquellos que participan del sistema del arte. Este gran aprecio por la obra original es muestra de que aún se mantiene esa “aura” a la que Benjamín hacía referencia, y que él define como “un entretejido muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar” (Benjamin, 2003: 47). Con ello, el autor señala la continua demanda en el arte de “acercarse a las cosas”, porque estar cerca físicamente no es sinónimo de estar más cerca de la obra de arte, pues la “esencia” de la obra se mantiene siempre lejana e inaccesible al observador.

En contraste con el punto anterior, el ornato no hace culto de sus originales y el público no demanda conocerlos ni estar cerca de ellos, lo cual es lógico porque difícilmente alguno de estos objetos puede reclamar ser único. El ornato difícilmente se piensa para ser singular o individual ya que la intención al construirlo es que sea reproducido en varias ocasiones:

decenas, cientos, miles o millones de veces. Esta expresión, que en nuestra época sería mejor llamarle diseño, está unida a la idea de reproducción en masa, es decir, de ser reproducido no para un sujeto en particular sino para los consumidores en general, o para un segmento de esa masa que es igualmente generalizable. Por ejemplo, el diseño busca gustar a grupos específicos de la población, niños, jóvenes, adultos, etcétera.

De esta forma, el diseño aparece como un elemento cotidiano que requiere de sensibilidad y creatividad estética, pero que se ha despojado de una estima social como algo venerable digno de contemplar por largo tiempo, sino más bien como algo que se une a los objetos y cuyo requisito principal es que sean funcionales. Así, el diseño queda precisamente como algo secundario al momento de interactuar con el objeto, de ahí que al no tener como función ni requisito principal el ser estéticamente refinado, queda marginalizado en la periferia del sistema del arte pero indudablemente conservándose dentro del mismo.

Es importante señalar que en este trabajo no se pretende profundizar en un tema tan complejo como la relación entre el folklore y el arte, o entre diseño y arte, se indican solo para observar la plausibilidad de construir estructuras estéticas tan bien diferenciadas y funcionales en la periferia del sistema del arte, dejando también abierta la eventualidad de realizar futuras investigaciones y análisis específico respecto a estos temas.

3.1.1 La reproducción técnica

Lo anterior nos acerca nuevamente al problema de lo reproducible y a la cuestión principal en esta investigación. Específicamente nos referimos a lo reproducible de manera masiva, pues sin duda el diseño y la industria cultural son dos estructuras que no podrían haberse creado como estructuras específicas al interior del sistema del arte de no ser por el proceso de reproducción técnica que vino a marcar una de las diferencias fundamentales entre éstos y el centro del sistema del arte.

En cuanto a la reproducción técnica ésta logra garantizar una duplicación idéntica en cada elemento que se fabrica, dicha reproducción es el soporte material para que el sistema del arte pueda operar sin ninguna limitación material. Actualmente es realmente novedoso que cualquier obra pueda ser observada en cualquier lugar del mundo ya que gracias a las posibilidades que brinda el internet se tiene acceso a un público ilimitado. El internet no

solo brinda la posibilidad de compartir cualquier texto, sino música y películas a través del *streaming*, incluso consiente observar obras de teatro ejecutadas en tiempo real y los viajes virtuales en 3D que permiten al usuario contemplar cualquier lugar con un ángulo de visión libre, observar museos y obras arquitectónicas de todo el mundo. Si esta contemplación virtual ‘despoja’ a la obra de arte de su esencia, es una discusión en la cual no nos adentraremos.

Después de la segunda guerra mundial, las obras de arte logran al fin superar la copresencia (y decimos al fin porque de todos los sistemas sociales el que más dificultades tuvo para superarla fue el sistema del arte) mientras que el resto de los sistemas pudieron desarrollarse libremente con el surgimiento de la imprenta, que tuvo efectos impresionantes en el proceso de diferenciación de la sociedad, al sistema del arte no le basta con la imprenta para superar la copresencia.

Como Luhmann señala, dicha invención “es precisamente la fundación técnica de esta forma de distribuir y de conservar el saber lo que hace posible su desacoplamiento de las formas de diferenciación social ya establecidas y, de esta manera, queda a disposición de los sistemas funcionales hacer uso de ella y él cómo” (Luhmann, 2007: 232). De esta manera los sistemas logran vencer la copresencia, superando no solo la distancia espacial, sino la distancia en el tiempo. Sin embargo, para el caso del arte, la imprenta solo brinda un soporte adecuado para la literatura, el resto de las expresiones artísticas sigue ligada a objetos físicos (es el caso de la pintura, escultura y la arquitectura) o actos (en el teatro y la danza), las comunicaciones sobre el arte podrían ser dispersadas rápidamente en la sociedad, pero las comunicaciones artísticas estaban limitadas por su soporte material.

Esta limitación permitió entre otras cosas que las expresiones artísticas tuvieran que surgir de los grupos que las producían y al mismo tiempo las consumían, es decir, el arte era en su gran mayoría una expresión local, lo cual permitió que el folklore fuera la expresión artística con más espectadores. Así, solo un grupo reducido podría contemplar arte de un lugar distante ya que era necesario viajar hasta el lugar donde se encontraba, traer los objetos o en el caso de presentaciones artísticas, traer a los ejecutantes.

Tuvieron que pasar varios siglos para que la técnica pudiera ofrecer al arte un soporte adecuado y suficiente para su reproducción técnica. La fotografía permitía que por vez

primera la masa pudiera observar fotografías de pinturas o edificios de todo el mundo, posteriormente la fotografía a color y la fotografía digital comienzan a desdibujar la línea entre el original y la copia para finalmente tomar un lugar como un género artístico más; el radio y los primeros tocadiscos ponen a disposición de cualquiera que tenga un receptor o un reproductor musical una reproducción siempre igual a la primera vez que fue reproducida; por último, la fotografía y el cine son indivisibles de la reproducción técnica, este último se posiciona como el “séptimo arte”, demostrando que como bien señalaba la pregunta no era si la fotografía era arte, más bien, “si el carácter global del arte no se había transformado a causa del descubrimiento de la fotografía” (Benjamin, 2003: 63). De la manera en como las comunicaciones se transformaron radicalmente con la imprenta, el arte tuvo su gran revolución con la reproducción técnica.

Porque efectivamente la reproducción técnica no solo facilita la distribución y la contemplación del arte, sino que estructuralmente genera novedades en la forma que el sistema del arte se había organizado, por ejemplo, en la relación obra original y copia, en donde y como hemos mencionado, la reproducción masiva hace que el aprecio por el original parezca diluirse o al menos minimizarse.

Antes de la reproducción técnica la copia no era fiel, podría asemejarse pero siempre se corría el riesgo de que existieran modificaciones o imperfecciones, lo cual es válido tanto para el caso de las artes plásticas (donde una reproducción a mano siempre puede contener errores en el pulso del reproductor), como para el arte que depende de la ejecución de una acción en vivo: teatro, la música y la danza, donde siempre se podía sospechar que la ejecución observada no se había realizado adecuadamente o que siempre hay algo que se pudo haber realizado de mejor manera. Pero una vez que la técnica de reproducción ya no depende del pulso humano y que cada obra salida de las máquinas se ejecutará siempre de la misma manera, el sentido práctico de la obra original parece desvanecerse ante la certidumbre que deja la reproducción.

Benjamin sostiene que la llegada de la reproducción técnica marca un punto sin retorno en el arte, señala también que la forma tradicional del arte entrará en tensión con las expresiones surgidas de la reproducción técnica, por ello existe una ruptura entre lo que él califica de tradición y la nueva técnica, señalando que la “unicidad y durabilidad se

encuentran en ésta [la tradición] tan estrechamente conectadas entre sí como fugacidad y repetibilidad en aquélla [la nueva técnica]” (Benjamin, 2003: 48). Benjamin da una nueva dimensión a la cuestión entre lo que propone como arte tradicional y arte reproducido técnicamente: el primero tiende a preservarse durante largos periodos en la memoria social, es “durable” porque se le atribuye el ser único; mientras que el segundo es olvidado rápidamente pues es fácilmente reemplazable, es “repetible”.

Si Benjamin esperaba que la reproducción técnica terminara con la veneración emanada del “aura” del arte lo cual llevaría a un proceso de crisis, sin embargo, parece que aunque fue una transformación profunda no hubo destrucción en el sentido de veneración al arte: del aura.

Ya desde el “siglo XVII la originalidad (o autenticidad) de la obra de arte se tiene condición de su valor estético” (Luhmann, 2005: 141), relación que aún no se ha perdido pues el original sigue siendo apreciado a pesar de poder observar una réplica técnicamente exacta, inclusive pese a haber contemplado una réplica de la obra se sigue acudiendo a los museos para poder observar el original. Más aún, en la economía, “la distinción entre original y copia (habitual desde hacía buen tiempo) asume en el mercado del arte la función de asegurar la escasez y, con ello, los precios” (Luhmann, 2005: 273). La distinción que produce el original hace que los precios se disparen, una réplica puede ser estimada pero nunca podrá superar el precio del original, son bien conocidos los precios aparentemente excesivos que alcanzan las obras en las subastas de arte. Todo esto muestra que la devoción por el arte se mantiene, y que esa aura no fue aniquilada pese al surgimiento de la reproducción técnica.

Lo anterior tampoco quiere decir que el cambio sea menor, la irrupción de la reproducción técnica acabará por diferenciar dos estructuras particulares al interior del sistema del arte, por un lado, la ya mencionada estructura del diseño y por el otro la industria de la cultura. Dicha estructura nace de la capacidad técnica que obtiene el arte de poder propagarse masivamente. Si se piensa con cuidado, más allá de aceptar o rechazar la categoría es posible reconocer que hay contenidos diferenciados, que hay obras que uno acepta como obras de arte y otras que toma como mero entretenimiento, pero esta diferenciación sólo

implica una diferencia entre comunicaciones específicas del sistema del arte y no una negación: constituyen unidad de la diferencia.

3.1.2 La Industria Cultural

El concepto de industria cultural fue propuesto por Adorno y Horkheimer en el ensayo del mismo nombre que hemos analizado en el primer capítulo.

En el desarrollo de sus ideas, los autores construyen una división tajante entre arte e industria cultural como dos campos separados uno del otro. Sin embargo, la construcción de la diferencia entre lo que corresponde al arte y a la industria cultural desde el enfoque de Adorno y Horkheimer queda en suspenso por la falta de claridad conceptual, aun cuando delinean algunas ideas que podemos usar para, y desde la perspectiva sistémica, construir la diferencia entre los dos conceptos.

La industria cultural es una estructura al interior del sistema de arte que se encarga de las comunicaciones estéticas refinadas que son construidas específicamente para el sistema de los medios de comunicación de masas. La industria cultural se diferencia al momento que los medios de comunicación de masa construyen tal complejidad que reclaman la especificación y especialización en sus comunicaciones.

Su diferencia surge de la necesidad de crear un contenido específico para el reciente sistema de comunicación de masas en la segunda mitad del siglo XX, este sistema encargado de divulgar, pero no construir comunicaciones propias, toma las obras estéticamente refinadas del núcleo del sistema del arte y de la estructura del folklore. Las comunicaciones de ambas estructuras tienen problemas de formato y sobre todo de acoplamiento con las características de la comunicación de masas, pero la necesidad irá creando comunicaciones particulares diseñadas específicamente para designarlas de manera general como espectáculo.

Aún cuando podemos entender a qué se refiere cada uno de los términos de folklore, arte y entretenimiento, al pensar en las fronteras o en las obras que parecen pertenecer a más de uno de estos campos todo se torna más complicado. Por tanto he decidido proponer que tanto la industria cultural como el folklore y el diseño forman parte del sistema del arte.

La industria cultural genera problemas desde el momento que uno intenta darle una definición. Como observamos en el primer capítulo, Adorno y Horkheimer parten de estos postulados (propuesta que aceptamos solo como construcción analítica mas no como una categoría operativa); que la industria cultural está dirigida a la masa (a los sujetos indiferenciados), lo cual orienta ideológicamente pero no constituye una clara guía conceptual porque, después de todo, no es clara la manera de saber si alguna obra de arte iba o no dirigida al público en general (como de hecho lo hizo el muralismo latinoamericano del siglo XX).

De la misma manera, en la forma de ser percibida la industria de la cultura establece una relación particular con respecto a las obras centrales del sistema del arte. Comencemos por mencionar que un hecho sobre la percepción es que tiende a ignorar aquellos estímulos que le son conocidos, da por sentado experiencias ambientales que ya se han repetido de forma cotidiana y será hasta que algo cambie que la percepción vuelva a concentrarse y reflexionar sobre el cambio Luhmann plantea que las obras del sistema del arte exigen justo lo contrario “la percepción (a diferencia del acto de pensar sobre todo de la comunicación) decide rápido, mientras que el arte tiene, al parecer, la función de *retardar* y *reflexivizar*: en el arte plástico uno se detiene largo tiempo en el mismo objeto (lo que sería desusado en la vida cotidiana) y en el arte textual, sobre todo en la poesía lírica, dilata la lectura” (Luhmann, 2005: 31, 236).

Así, el arte exige una percepción detenida y reflexiva, requiere que la obra sea observada con atención durante un largo tiempo (como el caso de una pintura o una escultura) e incluso observada en varias ocasiones (como el cine o la literatura), de esta manera el sistema del arte no solo exige que el observador tenga un conocimiento previo de la obra, sino que tenga la disposición de observar con atención y la capacidad de reflexionar para poder entenderla.

En esta dirección Benjamin indica que “para las masas, la obra de arte sería una ocasión de entretenimiento; para el amante del arte ella es un objeto de devoción” (Benjamin, 2003: 92).²² Esta idea ilustra la cuestión al señalar la forma particular del cómo se acerca el

²² Es necesario recordar que para Benjamin no hay una diferencia entre arte e industria de la cultura, para el autor ambas categorías estarías contenidas en el concepto de arte.

público a la obra. En la industria de la cultura impera la forma rápida de mirar, esto se manifiesta en que en pocas ocasiones se mira por segunda vez una de sus obras; la industria de la cultura está ligada a la inmediatez; ofrece nuevas obras de manera constantes y siempre hay algo nuevo que mirar, aun cuando en realidad no sea novedoso. Esta rapidez en crear nuevas obras se liga a que la gran mayoría sean irrelevantes y por tanto sumamente olvidables.

Si la obra de arte es una forma de comunicación especializada, requiere que sus observadores sepan distinguir las diferencias que se usan en cada obra. No obstante, es claro que cualquier observador puede mirar una obra de arte como el acto físico de dirigir su atención a un punto específico, pero no cualquiera puede observar lo que implica reconocer los elementos de la tradición que han sido usados para su construcción. Esto implica el conocimiento de la tradición y el contexto de creación específico de la obra de arte, y al ser un conocimiento especializado marca la tendencia para que (al igual que el resto de los sistemas) sólo puedan acoplarse al sistema del arte quienes tienen estos conocimientos. Además, no todos desean participar del sistema del arte y simplemente se excluyen, pero no en el sentido de la escuela de Frankfurt —en un tono elitista, si no sobre algo que atiende a la diferenciación funcional, se decide si se desea o no participar en el sistema de la ciencia, la política, medicina y arte, y además, operativamente hay una gran dificultad en que cualquier persona se vincule con todos los sistemas funcionales de manera permanente.

En cambio, la industria cultural solo pide una percepción rápida, una mirada cotidiana, no les exige a los sujetos que desean participar de ella ninguna preparación; el conocimiento medio con el que opera la sociedad es suficiente para comprender los contenidos (la misma diferencia que se puede constatar entre la divulgación de la ciencia y la comunicación científica), esto permite que todos tengan la posibilidad de vincularse con estas obras. De esta manera a través de los medios de comunicación masivos y de la estructura de la industria cultural, más personas podrían ser introducidas en el sistema del arte.

Otro punto en el que la industria de la cultura se diferencia del sistema del arte, es en el tratamiento que reciben las novedades. Como ya se ha señalado, la novedad en el sistema del arte es una poderosa orientación en donde se busca, con nuevas obras, sorprenderse a sí

mismo. Para cumplir este objetivo, constantemente el arte está reinventándose, desafiándose y violando sus propias reglas en pro de crear algo verdaderamente nuevo, lo cual no niega que exista una tradición que guíe la construcción artística, además de que también dentro del sistema del arte puede haber resistencia al cambio (que es lo que normalmente sucede).

Desde nuestra perspectiva teórica, vale la pena recordar que la novedad sólo puede establecerse a partir de lo conocido, así se puede instaurar la forma reconocido/novedad en el sistema del arte en donde lo reconocido son las obras que ya se han estabilizado como puntos de referencia y son formas que al ser seleccionadas como positivas sirven para orientar la creación de nuevas comunicaciones.

En contraste, la industria cultural se mantiene desconfiando de la novedad, no la convierte en su orientación, pues el compromiso de comunicaciones que serán puestas a disposición de los medios de comunicación de masa obliga a buscar formas reconocibles, que no requieren de conocimientos especializados o singulares. También en estas comunicaciones suceden cambios, pero no son buscados como meta, sino como un método de mantener en los espectadores un interés por sus comunicaciones.

La novedad es procesada de forma diferente en el sistema del arte y en la estructura de la industria cultural. En el sistema del arte la novedad se instala en el contenido y por tanto se percibe a la novedad como sinónimo de original. En la industria cultural la novedad es una cuestión de forma (sólo se mantiene en la superficie), lo “nuevo” sólo significa que la obra ha sido construida recientemente, no que logre realmente sorprender. La novedad en el arte es de fondo, descoloca, pone en juego y provoca que los espectadores salgan de su zona de confort para entender algo a lo que no están acostumbrados, mientras que en la industria cultural la estructura interna de las obras es sumamente repetitiva, provocando que en la mayoría de los casos lo único nuevo sea la fachada.

Tanto en la industria cultural como en el sistema del arte, la novedad agrega a la obra un potencial de interés para los espectadores, pues es un elemento para generar inquietud entre el público por mantenerse actualizado en los temas de interés de sus respectivos campos, así “aquí la novedad se convierte en argumento de mercadotecnia, pues se supone que nadie compraría esos productos si de antemano se conociera su contenido” (Luhmann, 2005:

332). La industria de la cultural se vale particularmente de lo anterior ya que sus nuevas obras toman relevancia social con los medios de comunicación de masa, de tal manera que dota a la industria cultural con la capacidad para generar “escándalos” utilizando estos mismos medios de comunicación; mientras el sistema del arte al recibir una novedad interesante queda delimitado a los que se acoplen a dicho sistema.

Podemos entonces sostener que el sistema del arte construye estructuras con funciones particulares en su interior. Estas estructuras muestran diferencias significativas en su estructuración y la forma de procesar sus obras, las cuales nos permiten asegurar que son una expresión diferenciada del centro del sistema del arte. Por otro lado, señalamos las principales diferencias que se observan en la industria de la cultura; su relación, su función y la particular forma en que procesa la novedad. Si bien en este apartado nos hemos enfocado a argumentar la existencia de dicha estructura, es pertinente explicar cuáles son las relaciones y acoplamientos que mantiene con el entorno, específicamente con algunos otros sistemas funcionales además del sistema del arte.

3.2 Acoplamiento estructural

En la sociedad nada está aislado. Uno de los postulados principales de la teoría general de los sistemas sociales nos obliga a construir nuestros problemas de investigación como una relación de elementos; desde este punto de vista no existen elementos aislados en la realidad social, sino que toda operación se desenvuelve en una relación con una gran cantidad de otros elementos.

Todo sistema se encuentra adaptado con su entorno, es una de las condiciones de existencia. Para explicar la forma en la que el que sistema entabla contacto con el entorno Luhmann propone el concepto de “acoplamiento estructural”. El acoplamiento estructural se encarga de vincular al sistema con su entorno, así “excluye el que datos existentes en el entorno puedan especificar –conforme a estructuras propias– lo que sucede en el sistema” (Luhmann, 2007: 72-73). Este vínculo se forma acorde a las estructuras del sistema y es necesario para la existencia del sistema; el acoplamiento se forma con el entorno para que cada sistema social establezca los puntos de contacto con el resto de sistemas sociales.

El establecimiento de los acoplamientos estructurales entre los sistemas tiene como función aumentar la posibilidad de irritación mutua (Luhmann, 2007: 83) de forma que los sistemas establecen cada uno por su cuenta el tipo de comunicación que les permitirá tener influencia en su interior y la manera en que podrán influir en este. Lo anterior implica también enfrentar la contingencia del entorno con un aumento de complejidad interna del sistema (*doble contingencia*).

Como todo acontecimiento, en la sociedad la construcción de acoplamientos estructurales no está determinada ni es *apriorística*, “evidentemente que depende de la forma de diferenciación misma que acoplamientos estructurales instituya la sociedad para enlazar entre sí sus subsistemas y, al mismo tiempo, para limitar dicho enlazamiento” (Luhmann, 2005: 514), que surge del continuo proceso de autoconstrucción de la sociedad y en la constante evolución de los sistemas parciales.

Un gran ejemplo sobre el análisis de los acoplamientos estructurales lo realiza Luhmann en *El sistema del derecho*: “resulta notable que los acoplamientos (el relativo a la propiedad-contrato y el relativo a la Constitución), se remitan al sistema del derecho —que, de esta manera, contribuye a la diferenciación entre sistema económico y sistema político” (Luhmann, 2005: 520). Este ejercicio ilustra cómo el acoplamiento entre los subsistema mantiene el principio de la autonomía operativa.

De la misma manera se podría pensar en múltiples acoplamientos estructurales que los sistemas sociales establecen con el entorno y dentro de éste con el resto de los sistemas parciales de la sociedad. Es imposible pensar un sistema social que no esté acoplado con su entorno y por tanto con el resto de sistemas funcionales de la sociedad. Por tanto, el sistema del arte tiene múltiples acoplamientos con el resto de los sistemas funcionales, por ejemplo, con la economía establece el acoplamiento que se forma en el “mercado del arte”.

El caso de la industria cultural se formó en una relación particular. Esta, al ser estructura periférica del sistema del arte, también se encarga de formar un acoplamiento estructural con otros sistemas, entre las cuales destacan sus relaciones con el sistema de la economía, con quien guarda una estrecha relación, y con el sistema de los medios de comunicación de masa, que le sirve de soporte para alcanzar la cantidad de espectadores que requiere.

Para poder analizar a detalle dichos acoplamientos comencemos analizando la relación entre el sistema arte y el sistema de la economía. Luhmann señala que la relación con el mercado ya era para el arte un impulso en su desarrollo, incluso la información que se generaba en él era usada para evaluar la calidad artística (el precio era ya un sinónimo de la calidad artística). Si el aprecio por el original, que significa que solo existía uno en todo el mundo, genera la escasez necesaria para tener siempre un alto costo, el autor señala que “la distinción entre original y copia (habitual desde hacía buen tiempo) asume en el mercado del arte la función de asegurar la escasez y, con ello, los precios” (Luhmann, 2005: 273). Así, el mercado del arte ha existido desde la época antigua y ha servido como un soporte para que la producción artística y luego el sistema del arte obtenga los insumos materiales necesario para su creación y distribución.

De la misma manera, durante la época premoderna, la dependencia del mercado del arte era tal que “los precios obtenidos en el mercado sirven de manera progresiva como **equivalentes simbólicos**” (Luhmann, 2005: 273), acentuando la dependencia con el mercado para obtener una orientación sobre la calidad artística que ofrece un artista.

Para Luhmann este vínculo entre el arte y el sistema de la economía funciona como un mecanismo para conocer la calidad del artista y termina en la modernidad con la diferenciación del sistema del arte (clausura operativa y autopoiesis); que si bien, desde su clausura como sistema, mantiene un acoplamiento estructural con el sistema de la economía (lo que permite que exista un mercado del arte) ya no es una relación de intromisión o determinante –causa-efecto– en las operaciones del sistema del arte (lo que es una condición para que el sistema exista como tal). Por tanto, para Luhmann esta relación de dominio por parte del sistema económico ha terminado en la sociedad moderna (se puede tener mucho dinero, pero con dinero no se produce la novedad de la obra de arte), de la misma manera que “los libros pueden quemarse e incluso lanzarse a la hoguera. Pero ningún fuego puede llegar a escribir un libro” (Luhmann, 2007: 83).

En cambio, buena parte de la escuela de Frankfurt defiende la tesis contraria: la relación de subordinación no solo se mantiene, sino que ha crecido. Para ellos, según esta lógica, la mayor parte de las obras artísticas se han subordinado a los designios del capital, quedando solo una pequeña resistencia. Adorno señala que “el arte se ha vendido, por cierto, a esta

tentación, pero al mismo tiempo conservaba aún la fuerza de su espiritualización, la fuerza de su integración, precisamente en el lugar donde ella se ha perdido” (Adorno, 2003: 318), dando inicio a lo que él describe como una decadencia estética, donde solo quedará un residuo de lo que para él son las “verdaderas” obras de arte.

Como ya hemos señalado, nuestra respuesta a estas ideas aparentemente opuestas, es la conformación de una división en el interior del sistema del arte, entre el centro del sistema y las estructuras periféricas. Es así que la industria cultural permaneció en la periferia del sistema del arte, y conformó su estructura, que tiene como peculiaridad especializarse en perfeccionar el acoplamiento entre el sistema arte con el sistema economía, pero esto no significa que pueda determinarlo.

Ciertamente las comunicaciones del arte fueron distribuidas como mercancía en sociedades incluso premodernas, por ejemplo en la Europa medieval, en donde el arte tuvo desde el principio la característica de ser adquirido solo por los estratos altos de la sociedad, la nobleza y el clero. Como señala Hauser “durante tiempo los únicos mantenedores de los artistas fueron los sacerdotes y los príncipes” (Hauser, 2018: 45).²³ Posteriormente los procesos técnicos de reproducción permiten una copia confiable y a bajo costo (en comparación del original) de la obra de arte, así el grupo de consumidores potenciales aumenta. Esto permite a las comunicaciones del sistema del arte una mayor difusión, pero no necesariamente mayor cantidad de personas acopladas con este sistema. Las máquinas y técnicas facilitan la reproducción pero sólo generan la base material para estos vínculos.

Ante la emergencia de estas nuevas técnicas de reproducción de las obras es necesario una mayor cantidad y variedad de contenido, el sistema de la economía encuentra en las reproducciones técnicas un nuevo mercado con grandes alcances, pero el arte mantiene la resistencia a la reproducción masiva y al mercado.²⁴ Si bien el acoplamiento estructural “mercado del arte” resulta ahora insuficiente para atender las irritaciones de los sistemas del arte y la economía, de esta forma se establece un nuevo acoplamiento estructural,

²³ Los estratos medios y bajos no lograban vincularse al núcleo central del sistema del arte (en consolidación) por falta de recursos, más adelante se construyeron formas que se consideran “periféricas” como el folklore.

²⁴ El sistema del arte mantiene el “aura” por el original y considera marginales las copias que se hagan de él, restringiendo la cantidad de consumidores que pueden participar de este mercado, no sólo por los altos precios, sino por el escaso número de obras originales que merecen el aprecio de este sistema.

llamado “industria cultural”, el sistema arte construye comunicaciones que tienen la intención de vincularse al sistema la economía de manera ágil y con contenidos que se orienten por sus indicadores.

Para poder reconocer las operaciones del sistema de la economía tomemos como guía que “los pagos en dinero constituyen, por lo tanto, también, una señal inequívocamente identificable de que se trata de una operación del sistema económico, independientemente de que sea lo que, con carácter determinado, se pague con dinero” (Luhmann, 2005: 521). Así, en el acoplamiento de la industria cultural las obras se evalúan por la cantidad de dinero recaudado, y será muy común escuchar cómo se califica de éxito que una película haya recaudado una gran cantidad de dinero, que cierto libro haya vendido tantas copias que se le considera un *best seller*, el *rating* alto en los programas de televisión y los *views* en el caso de los contenidos por internet.

Las obras de la industria cultural son mercancías de manera apriorísticas, mercancías evaluadas por sus éxitos o fracasos comerciales, al mismo tiempo obras artísticas (aunque se les considere marginales) y que serán observadas por este sistema para analizar si ofrecen algún elemento artístico digno de reflexión. En caso de ser aceptado como tal, podría incluso considerarse como parte del núcleo central del sistema del arte abandonando la periferia de la industria cultural.

Es así como la industria cultural obtiene, por norma general, sus recursos materiales del mercado, mientras que el sistema del arte puede obtener los recursos económicos que requiere para operar de instituciones, fundaciones, universidades o el gobierno (además del mercado). La industria cultural depende únicamente del mercado para obtener sus ingresos y por tanto toda viabilidad para su realización dependerá de su capacidad para acoplarse con el sistema de la economía. La industria de la cultura se encuentra entonces en una dependencia hacia su impulso económico que proviene solamente del mercado.

Partiendo de esta relación, algunos han señalado de manera apresurada que la industria de la cultura se ha entregado a los designios del “capital” y de ahí ha perdido todo su acercamiento al “verdadero” arte, siguiendo de esta manera los postulados de Adorno y Horkheimer para quienes esto constituye la esencia del “empobrecimiento de los materiales

estéticos” (Adorno, 2009: 169), con lo cual dotan a la estructura de la industria de la cultura de una carga negativa y solo le otorgan un sentido peyorativo *a priori*.

Pero no basta con reducir la industria cultural a una herramienta más del “capitalismo”, ni sólo como un sector de la economía, la estructura de la industria cultural debe ser capaz de enlazar los criterios de la composición estética con el mercado y las ganancias, lo cual obliga a sus creadores a la reflexión estética. Se constituye precisamente para atender estas operaciones en la que los sistemas del arte y la economía se acoplan, en torno a esta operación particular que no puede ser atendida por el mercado del arte.

La industria cultural también es un acoplamiento estructural con el sistema de los medios de comunicación de masas, esto hace aún más complejas las relaciones que ya hemos descrito con el sistema del arte y el sistema de la economía. Por ello es necesario que revisemos la relación que guardan estos sistemas entre ellos y en qué función se basa su acoplamiento.

Los medios de comunicación de masas, entendidos como “todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva” (Luhmann, 2000: 2), surgieron como producto del desarrollo técnico (el radio y televisión), es decir, se creó el medio sin el mensaje (sería imposible en un sentido inverso), el contenido era insuficiente para atender la nueva necesidad de nunca callar. En este caso específico, precedente a la consolidación obtuvo sus contenidos (antes de generar plenamente los propios) de dos fuentes, por un lado, del núcleo del sistema arte y de la estructura del folklore.

Las primeras estaciones emisoras comenzaron a transmitir, desde el comienzo de la radio, música. Música que “ocupa un lugar de privilegio, pero la preocupación de atraer oyentes (para sacar provecho de las tarifas de la publicidad comercial y justificarlas), lo cual condujo rápidamente a otorgar una mayor importancia a la música popular” (Albert, 2002: 19). Sirva también de ejemplo recordar que las primeras series de dibujos animados de los estudios Warner Bros, fueron musicalizados con compositores clásicos como Wagner. Para el caso del folklore, que ya había pasado la prueba de gustar a la comunidad a la que pertenecía, algunas de sus obras también fueron incorporadas, por ejemplo: el tango, un baile despreciado por las clases altas por ser la música de los estratos bajos (del *malevaje*),

pasó a ocupar un puesto privilegiado en la radio y las disqueras (para después incluso ser integrado al sistema del arte). Otro ejemplo lo encontramos en las primeras películas de los estudios Disney, las cuales se articularon sobre cuentos pertenecientes al folklore, principalmente europeo, y posteriormente internacional.

La gran necesidad de contenido para los medios de comunicación de masas provocó que se crearan contenidos específicos para estos medios de comunicación. Este desarrollo es lo que Luhmann señala como el “descubrimiento de las tecnologías expansivas de la comunicación” (Luhmann, 2000: 23), el cual detonó la construcción del sistema de los medios de comunicación para las masas. Este sistema se orienta por el código “información/no información” (Luhmann, 2000: 26), que busca diferenciar aquello que es relevante comunicar –lo que tiene un valor informativo– de aquello que no lo es, para su difusión en los medios de comunicación de masa. Así el sistema de medios de comunicación de masas proporciona información relevantemente generalizada de dimensión global, del interés del conjunto de la sociedad.

El sistema de medios de comunicación de masas construye una gran variedad de comunicaciones que generan una nueva división en dicho sistema que Luhmann señala como “una red diferenciada de distintos campos programáticos” (Luhmann, 2000: 38), y que se encargan de un cierto tipo de contenido. Luhmann genera una clasificación para dicho sistema, que él mismo señala de “puramente inductiva” donde se encuentran: “noticias y reportajes, publicidad y entretenimiento” (Luhmann, 2000: 38). La diferencia entre estos campos programáticos consiste en los criterios que usan para seleccionar lo que es información.

Luhmann propone también el campo de “entretenimiento”, del cual podemos extraer características interesantes para nuestro entendimiento de la industria cultural, ambos mantienen la necesidad de mantener novedades en constante actualización, así “el entretenimiento exige siempre algo nuevo. Por estas razones el entretenimiento debe tener un fin que él mismo se procura” (Luhmann, 2000: 83). El entretenimiento y, en una categoría más general, la industria cultural se mantienen siempre actualizados, cosa que a otros sistemas (como el del arte) les resulta problemático.

De esta manera, la industria cultural es un acoplamiento estructural de los sistemas del arte, la economía y los medios de comunicación de masas. Mantiene objetivos diferenciados y orientados a los códigos de cada sistema, lo que quiere decir que depende desde qué sistema se le observe; desde el sistema del arte, se concentra en los valores estéticos de la obra, desde el sistema de la economía que se realice como mercancía y desde los medios de comunicación de masas que se mantenga actualizado como algo informable.

3.3 Organización

Como ya mencionamos, para Luhmann el sistema de los medios de comunicación de masa se divide en varios campos específicos, uno ellos es el llamado “entretenimiento”, el cual tiene contenidos equivalentes con nuestra propuesta de industria cultural, pero “al acercarnos al entretenimiento a través de los medios de comunicación de masas, entramos a un campo programático enteramente distinto” (Luhmann, 2000: 75). Para Luhmann el entretenimiento es una estructura dentro del sistema de los medios de comunicación de masas. Sin embargo, nosotros postulamos que la industria de la cultura es un acoplamiento estructural de los sistemas del arte, la economía y los medios de comunicación de masa. Para sostener esta idea argumentamos que:

- a) El campo del llamado entretenimiento necesariamente genera información nueva, ya que el contenido de éste no se produce en ninguna otra estructura de la sociedad, a diferencia del resto de los campos programáticos del sistema de medios de comunicación de masas, para realizar requiere esta función acoplarse con los sistemas del arte y la economía.
- b) El código central información/no información no permite operar por completo al entretenimiento, ya que sus operaciones no se relacionan sólo con discriminar entre información y la no información, sino que debe encargarse además de la construcción estética de sus comunicaciones y de su viabilidad como operación económica. Así el acto de construir dichas obras es dejada de lado sin preguntarse cómo ha sido construido dicho contenido, a que atiende. Al respecto, nosotros proponemos que para el estudio de la industria cultural es necesario incorporar al análisis el código gustar/no gustar y el código tener/no tener. En el primer caso el

código gustar/no gustar no debe entenderse en términos absolutos, no se busca determinar que la obra guste o no, sino que nos referimos a una observación que la industria cultural realiza de la respuesta de los espectadores a su obra. Dicho de otra manera, es una atribución que la industria cultural hace sobre la observación de sus observadores. En el segundo caso el código tener/no tener es una prestación del sistema de la economía.

- c) No hay una explicación detallada sobre la forma en que este campo queda diferenciado del resto de campos del sistema de medios de comunicación de masa, tampoco queda claro si existe alguna relación con el sistema del arte, permitiendo que la postulación de su existencia sea cuestionable o que a lo menos requiere ser complementada.
- d) La propuesta es que la industria de la cultura opera de una manera diferenciada del sistema de medios de comunicación de masas, cumple una función específica que la lleva a vincular el sistema de la economía y del arte, sus obras requieren de características particulares, lo que no permite subordinarlo a las operaciones de otro sistema.

De esta manera, sostengo que industria de la cultura es un acoplamiento estructural entre el sistema arte, el sistema de la economía y el sistema de los medios de comunicación de masa y no sólo un “campo programático” de este último sistema, si bien es el punto de contacto estrecho entre estos sistemas, no pertenece a ninguno de los sistemas funcionales.

El papel que juega el sistema de los medios de comunicación de masa en esta relación es el de difundir la información de la industria de la cultura, para que de esta manera sus contenidos sean relevantes para la sociedad. Las obras de la industria de la cultura son promocionadas, pero también reseñadas y discutidas en los medios de comunicación de masa, lo que genera una tematización de sus obras y, por tanto, una adquisición de relevancia social, pero difusa en general.

La relación se vuelve estrecha por la manera en que ambas estructuras de la sociedad se apoyan mutuamente, la industria de la cultura se convierte en un contenido más de los medios de comunicación de masas y por su parte los medios de comunicación de masas le permiten a la industria de la cultura llegar al gran público que necesita para poder operar, si

se acaba esta difusión a la industria de la cultura prácticamente le sería imposible seguir operando.

La conformación de un nuevo acoplamiento estructural surgido apenas en la primera mitad del siglo XX no debe sorprendernos, esto es esperable como consecuencia del desarrollo de los sistemas funcionales: “se conforman nuevos acoplamientos estructurales en el curso del desarrollo de la diferenciación funcional” (Luhmann, 2005: 514), por tanto la tendencia es que aunque paradójicamente entre los sistemas profundizan su tendencia a la diferenciación funcional, surjan nuevos acoplamientos estructurales.

Desde que el arte reacciona a las necesidades de la economía con la creación del mercado del arte, este último se mantiene atento de la economía desde sus propias operaciones, por tanto ignora su valor económico para centrarse en los valores estéticos sin perder de vista cómo éstos son apreciados por el mercado. Lo cual también implica que el arte decide formar este vínculo con la economía y nos aleja de la lógica causa-efecto.

El arte no puede intervenir en las operaciones del sistema económico: en el precio ni en los espacios que este genera para su venta. De la misma manera la economía no puede generar más (o mejor) arte aunque se lo proponga ni decidir qué comunicaciones se construyen en ese espacio.

El acoplamiento estructural mercado del arte fue suficiente para las interacciones entre el sistema arte y el de la economía hasta el siglo XX, pero la emergencia técnica de los medios de comunicación de masa dio lugar a comunicaciones con necesidades distintas. La economía de inmediato vio potencial en estos nuevos medios de comunicación, (como el caso de la radio con su instauración comercial en la década de 1920), y el desafío para el sistema de la economía vino a la hora de definir cómo lograr su rentabilidad.

Para el caso de la radio, la novedad de la transmisión ininterrumpida iba acompañada del desafío para encontrar el contenido para tantas horas de emisión. Las obras convencionales del arte intentaron llenar ese espacio (formando ya un acoplamiento con los medios de comunicación de masas) con obras de diferentes grados, desde las obras centrales hasta las periféricas, pero todas mostraron insuficiencia en su contenido, parecía que la música por sí sola no brindaba la suficiente irritación, fue necesario que el arte acoplado con los dos

sistemas mencionados anteriormente creará un nuevo contenido para estos medios, aportando al origen a la industria cultural.

La industria cultural fue capaz entonces de definir qué es lo que une a sus elementos, y con ello logró responder cuál es la función a la que dichos elementos deben responder, y dicha función es la de gustar, diferente al del sistema del arte (aceptar/ no aceptar) en tanto no se basa en ser aceptado por sus propios programas, sino en satisfacer a sus observadores cuyos criterios no son claros. Así que la industria cultural atrae a las obras estéticas cuya preocupación fundamental es “gustar”, gustar a la mayor cantidad de público. Esto se consigue alterando su forma y contenido con tal de lograr su propósito de satisfacer a los medios de comunicación de masas y permitir que se realicen como mercancía. A partir del reconocimiento de este objetivo pueden distinguirse las operaciones indiferenciadas, sumado al reconocimiento de este objetivo puede distinguir también otro tipo de operaciones que van orientadas por esta finalidad, que sea guían por otros propósitos morales, educativos, artísticos, políticos, etcétera.

La clausura operativa de la industria cultural que es parte de las tendencias de la sociedad moderna cuenta con un par de décadas en ser una realidad operativa. Basta con recordar que durante la segunda guerra mundial la Alemania nazi realizó un proceso donde el sistema de la política subordinó a la industria cultural articulado por Joseph Goebbels, quien fue ministro para la Ilustración Pública y Propaganda nazi como protagonista de esta subordinación. De esta manera la industria de la cultura quedó orientada por los deseos del régimen, pasando por sus censores y censura en busca de no permitir ninguna expresión que les pareciese de oposición. Durante la guerra fría, EEUU y la URSS (sobre todo con el *realismo socialista*, bajo el imperio de Stalin) subordinaron también a la industria de la cultura (aunque tal vez de forma más discreta) difundiendo en sus obras contenidos enfocados a promover el nacionalismo y la exaltación de los defectos del enemigo, actualizando así el esquema bueno/malo en el plano de la política. Dichas experiencias históricas mostraron al mundo los problemas y las graves consecuencias de la intromisión del gobierno en la industria cultural, por lo que se han establecido regulaciones para los medios de comunicación de masas, que no llegan a ser una intervención directa sobre sus contenidos.

De esta manera, la industria de la cultura ha quedado libre para realizar sus operaciones; autonomía en su operar que le ha permitido desarrollar formas estables como su código gustar/ no gustar y algunas instituciones. Es de esta manera que la industria de la cultura se ha convertido en una forma estable y sumamente relevante de la sociedad.

Claro que en tanto estructura organizacional no implica que la industria de la cultura sea una isla autárquica que pueda hacer todo lo que desee. Como mencionamos, depende de acoplamientos estructurales que establece con los sistemas sociales, por ejemplo con el sistema del arte, al que observa constantemente para el surgimiento de nuevas obras que le ayude a ampliar su contenido, con el sistema de la economía del que depende para obtener recursos económicos para operar y del sistema de los medios de comunicación de masas le brinda la difusión que requiere establecer para contactar con las masas. Además de los anteriores, la industria de la cultura se acopla con el sistema del derecho, ya que éste le marca restricciones sobre el límite que sus contenidos pueden alcanzar, estableciendo edades mínimas y colocando advertencias en las obras que contengan material explícito.

Al igual que los sistemas funcionales, la industria de la cultura se autoorganiza pero solo al interior de su estructura, ya que el entorno queda fuera de su control y, en todo caso, depende de alguno de los sistemas funcionales, para clarificar donde se establecen los límites. Siendo así la industria cultural una estructura periférica del sistema del arte, que además funciona como un acoplamiento estructural.

La clave para que la industria cultural lograra diferenciarse (tomando como referencia la particularidad de la función que desempeña) fue la definición de su objetivo, que logra madurar al grado que le ha permitido establecer su propio código. El código, (como explicamos en el capítulo dos) es una forma estable de dos lados que orienta las operaciones de un sistema, al igual que la mayoría de los sistemas la industria cultural coloca su objetivo en el lado positivo del código.

El código de la industria de la cultura es gustar/no gustar, pero ¿gustar a quién? ¿No es el gusto una afirmación siempre individual, donde los gustos de cada sujeto no tienen que estar respaldados en nada más que sus puntos de vista individuales? ¿Qué clase de influencia social podría existir que determinase la construcción individual del mundo?

Pues bien, la industria de la cultura opera dando por supuesto que existe un gusto general (establece un código asimétrico solo que está ya cargado de contenido simétrico), lo cual le permite observar la valoración del grupo y no tener que detenerse en los casos del gusto particular. Dicho gusto general se construye observando diferentes espacios como la famosa “crítica” que se expresa en artículos, programas de televisión y otros medios de comunicación de masas; también en páginas y varios foros los consumidores de la industria cultural pueden expresar sus opiniones.

La orientación de la industria cultural es un supuesto, ya que el gusto general es una abstracción imposible de conocer (o de codificar), pero este gusto socialmente construido supone que los espectadores tienen gustos estéticos prácticamente iguales, tesis que resulta complicada en la sociedad moderna donde la tendencia es el aumento de variabilidad y diferenciación de los gustos individuales.

Este razonamiento se construye entonces a partir del primer axioma que habla sobre suponer que la sociedad se compone de masas (idea ya de por sí problemática). Siguiendo este razonamiento, se puede suponer que la masa (al ser una unidad homogénea) debe tener un gusto estético igualmente homogéneo, hipótesis complicada porque no hay forma de corroborar esta aseveración, ya que no es posible saber si existe un gusto social, ni en qué porcentaje participa la sociedad de él. Tomando en cuenta lo anterior, podemos afirmar que la industria de la cultura no cuenta con un indicador directo, y sin embargo opera apoyándose de los códigos de los sistemas con los cuales forma su acoplamiento estructural.

Lo anterior contribuye a que la industria de la cultura utilice con frecuencia una fórmula indirecta, es decir, recurre a la observación de los sistemas que lo conforman como acoplamientos: en el caso del sistema de la economía, del desempeño de su obra en el mercado, en el del sistema del arte se recurre a la contemplación de los elementos estéticos; y para el caso de los medios de comunicación de masa, la audiencia que consumió sus contenidos es medida con mecanismos cada vez más precisos. Observando la información generada por estos sistemas el acoplamiento de la industria cultural construye su propia evaluación que se resume en gustar/no gustar.

Si en el centro del sistema arte las obras de la industria de la cultura normalmente son calificadas como obras de poco valor o incluso absurdas, fuertemente criticadas por aquellos que participan del sistema del arte señalándoles como obras “sobrevalorados” por la sociedad, estas críticas tienen sin cuidado a la industria cultural que está enfocada en su función, sabiendo que no está para satisfacer al centro del sistema arte, sino simplemente para gustar (en el sentido que ya hemos mencionado). Será en la periferia del sistema arte en donde se le da un trato “serio” a la obra, se analizan los diálogos, la música, efectos de sonido, como si realmente se tratara de una obra de arte, aunque muy rara vez se usa la palabra “arte” para calificar una obra de la industria cultural, pues se acepta como un campo diferenciado.

Mientras la obra siga siendo seleccionada del lado positivo, ésta seguirá siendo considerada una forma exitosa por la industria cultural, incluso aun cuando varios sectores la consideraran dañina para las “buenas” costumbres o los valores de la sociedad. Independientemente del contenido de la obra y a pesar de que el sistema del arte la desprecie o la iglesia la considera no apta u ofensiva, el éxito de la obra permanecerá ahí sin que esto (salvo casos excepcionales) afecte la difusión de la obra.

Si la fórmula es exitosa y la industria de la cultura determina que ha gustado, se le asigna al lado positivo del código, entonces esa obra (al considerarla exitosa) se convierte en una orientación para las futuras comunicaciones, pero no en el sentido que lo hace el centro del sistema del arte, en donde debía mediar entre tener como referencia el pasado y aportar algo que resulta novedoso (recordemos que el programa del arte es la novedad en el contenido) sino que en la industria cultural se opta por una mayor imitación del contenido, variando en lo más mínimo posible la obra que ha resultado exitosa (como se indicó, diferencia que también se puede observar en el sistema de la ciencia entre la comunicación científica y la divulgación científica). Esta preferencia por la estabilidad y el evitar riesgos, es atribuible al lazo con el sistema de la economía que busca seguridad para sus operaciones, mientras el sistema del arte no teme arriesgar en favor de construir novedad.

Para ejemplificar el punto anterior, el cine perteneciente a la industria cultural se distingue por generar nuevas temporadas, secuelas y precuelas, el límite viene solo cuando la franquicia deje de gustar pero hasta que ese punto llegue se puede seguir aprovechando,

incluso conviviendo con otros ámbitos (de las películas se pueden sacar libros o viceversa, también pueden crearse series de televisión, vestimenta, juguetes). Recientemente, el cine de la industria de la cultura ha lanzado los *remake*, que consisten en rehacer formas exitosas del pasado con el mismo guión base contando la misma historia pero con el apoyo técnico actual. Es a través de proyectos como los *remake* que se logra evidenciar la dificultad que tiene la industria cultural para abandonar sus formas ya estabilizadas, en contraste con el sistema del arte que se desprende rápidamente de dichas formas y opta por la novedad como su orientación.

Tal que la diferencia entre el centro del sistema del arte y la industria cultural es más profunda de lo que parece a simple vista (capítulo dos). El sistema del arte busca constantemente sorprender desarrollando novedades, por el contrario, la industria de la cultura busca evitar las novedades en un sentido distinto; una obra novedosa podría dejar a los espectadores perplejos sin comprender lo que han visto y llevarlos a una situación de rechazo. La industria cultural no se atreve a generar obras que resulten novedosas porque no quiere arriesgarse a un rechazo, la única forma en la que tome dicho riesgo es sólo en los casos donde la posibilidad de éxito está prácticamente garantizada, y la manera de tener esa certeza es reutilizando los programas ya establecidos que han tenido éxito antes. El riesgo de rechazo se reduce al imitar las formas exitosas con los mínimos cambios de elementos, de esta manera se conserva el agrado –el ‘gusto’– de los observadores.

La industria de la cultura es conservadora en la repetición de sus obras exitosas, al grado que la variedad dentro de su campo se da más en forma que en contenido y es bastante limitada. Debido a esta mínima generación de novedad, resulta difícil encontrar dentro de la industria de la cultura algo que logre sorprender a los espectadores, las formas son sumamente conocidas al grado de convertirse en clichés: finales casi siempre felices, con una orientación moral donde el bueno (construido como tal) recibe su recompensa y el malo (también construido para ser fácilmente reconocible) recibe su castigo, esto para la construcción de historias donde podría agregarse la literatura y la televisión. Al respecto Luhmann señalaba que “la televisión sobre todo ha llevado a una notable actualidad cotidiana de la comunicación moral” (Luhmann, 2007: 313). En la música sucede algo similar con la repetición de formas en la tonada de las canciones, de principio a fin suele ser bastante plana sin cambios en la armonía solo los sobresaltos puestos en el coro, así la

canción apenas varía una vez que ha comenzado, a su vez entre las diferentes canciones los ritmos a los que la música actual recurre suenan de manera muy similar.

La estructura repetida de las obras de la industria cultural es una garantía de que serán fáciles de entender al proporcionar formas ya reconocibles, esta característica es un buen indicador para saber si estamos ante una obra de la industria de la cultura o del sistema del arte. La diferencia entre la industria de la cultura y las estructuras centrales del sistema arte son cada vez más evidentes, dentro de las semánticas de la sociedad se ha comenzado a observar esta diferencia, así es común escuchar la referencia a la diferencia entre cine comercial (industria de la cultura) y cine de arte (también llamado cine de autor); en la literatura se hace referencia a los *best seller* (los más vendidos) como libros muy difundidos pero la mayoría de escaso valor artístico, con la música sucede algo similar pero menos evidente solo en algunas ocasiones se hace referencia al término “música comercial”.

El término “comercial” es útil para señalar la diferencia, pero no es el más adecuado en los aspectos teóricos, ya que este solo hace referencia al desempeño en el mercado, el cual no es un indicador del todo confiable si se pretende relacionarlo mecánicamente a la industria cultural, ya que ciertas obras de arte (sobre todo las que ya se han establecido como clásicas) pueden alcanzar un alto nivel de ventas para incluso aparecer entre lo más vendido a nivel mundial. Por ejemplo, libros como *Cien años de soledad* de Gabriel García Márquez se encuentran entre los más vendidos y no se le considera como literatura comercial, del mismo modo varias de las películas dirigidas por Buñuel son sumamente populares en el mundo, incluso mejor vendidas que muchas películas abiertamente “comerciales”, pero nadie puede negarles el título de “obras de arte”.

Del mismo modo, habría miles de obras de la industria de la cultura que son escasamente consumidas y que la industria de la cultura asigna al lado negativo “no gustar”, y esto no niega que hayan surgido (y que sean procesadas) como una obra de la industria de la cultura. En consecuencia, el desempeño en el mercado o el ‘consumo masivo’ son un indicador poco confiable para determinar a qué estructura pertenece una obra entre industria de la cultura y sistema del arte.

El procesamiento que la sociedad le da a las obras evidencia claramente la diferencia entre la industria de la cultura y el sistema del arte, ya que recordemos que mientras la industria

de la cultura evalúa sus obras a partir de la respuesta de su público; el sistema del arte atiende a sus instituciones especializadas para analizar obras estéticas, a las diferentes evaluaciones que realizan sus críticos y a las semánticas dominantes precisamente sobre el criterio estético.

De esta manera, aquellos que se han especializado en el ámbito estético pueden reconocer entre casas productoras, editoriales, disqueras y nombres de creadores y así darse una idea de a qué ámbito estético se enfocan. Esta es una primera orientación de cómo se puede separar una obra según la institución que la produce, lo que ya le permite al público saber que las obras que decidan observar son del campo de su interés. Por otra parte tenemos la difusión, que es la herramienta de la industria cultural para buscar ampliar su público y para llegar a ella no puede recurrir a otra forma de difusión que no sean los del sistema de medios de comunicación de masas. De esta manera, las obras de la industria cultural son sumamente publicitadas y vueltas en temas relevantes para la sociedad, en cambio el sistema del arte recurre (al igual que el resto de los sistemas funcionales) a formas de difusión de menos alcance pero selectivas, así por medios especializados como revistas, gacetas, diarios, o directamente en las instituciones de formas artísticas se publicitan las obras de arte contemporáneas.

En cuanto a poder contemplar las obras, las nuevas obras no se pueden consumir si no se ha pagado por ellas, su presentación ante el que desea ser su espectador es de mercancías, tal que si el espectador cumple con su pago (y solo así) podrá contemplar la obra; para el caso del sistema del arte la cuestión es distinta, antes de contemplar los observadores tienen a su disposición información sobre el proceso de creación así el sistema del arte comparte información sobre la inspiración de la obra, la trayectoria del artista, los claves de observación, la novedad. Claro que cualquiera puede ver la obra de arte, pero observarla requiere de conocimiento previo, para así reconocer las diferencias que fueron usadas para su creación.

Por otra parte, las oportunidades de observar las obras del sistema del arte son muy variadas, en comparación a las que ofrece la industria de la cultura además del mercado, como son la organización que forman de festivales, muestras, concursos, exposiciones, etcétera y que permiten a los espectadores observar las obras sin tener que poseerlas;

incluso fundaciones o el mismo gobierno pueden encargarse de ayudar a su difusión para mejorar su accesibilidad. En el caso del al industria de la cultura esto simplemente no sucede.

Una vez que la obra es observada también sigue caminos separados. En el sistema del arte se discute en medios especializados: revistas, programas de televisión y radio, secciones en el diario, sitios en internet (de diferente escala según la irritación que haya alcanzado la obra), lo que se observa da lugar a un análisis sobre los puntos fundamentales de la obra, se discute si logra aportar alguna novedad artística y en caso de ser considerada exitosa el sistema del arte buscará mantenerlo en su memoria: se le agregará como un referente para que las nuevas generaciones de artistas lo observen, se colocará en un archivo o museo.

Para la industria de la cultura tendrá una reflexión muy limitada en los medios de masa en los que se darán reseñas rápidas sin entrar en muchos detalles, para al final verter una opinión que puede resumirse en si la obra logra gustar o no. Para el caso de la memoria esta es mucho más limitada, no hay mucho tiempo para hablar de una obra del mes pasado, ya que cada semana hay nuevas, la capacidad de la industria de la cultura para mantener una obra en su memoria solo permite que unas cuantas sean recordadas.

Por último están las premiaciones, ambos el sistema del arte y la industria de la cultura realizan eventos con el fin de reflexionar y seleccionar las obras más destacados de cada año en cada uno de los campos estéticos, las principales a mi juicio que han tomado mayor visibilidad y difusión son las del cine, en este caso tenemos que a pesar de que la industria de la cultura y el sistema del arte realizan premiaciones lo hagan de manera separada, una muestra más que la sociedad reconoce la diferencia. En el caso de la industria de la cultura tenemos los premios Oscar, donde la industria hollywoodense selecciona lo mejor de la producción cinematográfica (supuestamente a nivel mundial), se otorgan los premios que casi siempre coinciden con las películas que alcanzan mayor popularidad o actores que en ese momento gocen de popularidad en los medios de masa. En el caso del sistema del arte tenemos el que es tal vez el más famoso “El festival de cine de Cannes” donde por lo regular se exhiben películas poco difundidas en los medios de masas, en realidad la mayoría desconocida para aquellos que no se acoplan a las comunicaciones del sistema del arte, donde se premia en función de la calidad artística que demuestren.

En consecuencia, la sociedad cuenta con sus semánticas de elementos suficientes para poder realizar la diferencia entre arte e industria de la cultura, vale la pena aclarar que no es una frontera impenetrable, habrá obras que surjan en una de las estructuras y termine siendo procesada en la otra, obras en las que se encuentren elementos de ambas escrituras o que generen discusiones en la sociedad sobre cómo procesar su contenido, todo ello solo es muestra de la indeterminabilidad de la sociedad y de la libertad con la que permite operar al arte.

De esta manera a pesar de que la industria cultural se diferencia del resto de los sistemas funcionales al desarrollar una función propia, aunque ha logrado autoorganizarse, establecer un código, un programa y desarrollar instituciones y organizaciones acordes a ese objetivo; no es un nuevo sistema ya que sus comunicaciones surgen de la necesidad de articular a sistema sociales ya existentes. Aun así su papel en la sociedad es sumamente relevante pero para poder estudiarla adecuadamente es necesario superar el fuerte moralismo.

La sociología tiene entonces un campo rico de análisis en el estudio de los contenidos que ofrece la industria de la cultura y la forma en que la sociedad procesa sus comunicaciones, y que sin duda se debe seguir profundizando.

CONCLUSIONES

En el desarrollo de esta investigación se orientó al problema del *cómo* observar el concepto de “industria cultural”, sus límites y posibilidades en la reflexión sociológica contemporánea, y sobre todo, desde la arquitectura teórica de los sistemas sociales propuesta por Niklas Luhmann. De esta manera, se lanzó una propuesta para una observación distinta del concepto “industria cultural”, superando la observación de primer orden del “qué”, para avanzar a una observación de segundo orden del “cómo”. Aceptando por un lado las limitaciones históricas de la propuesta original, pero reconociendo los elementos que aún son útiles en una nueva propuesta teórica.

El concepto de industria cultural tiene desde su creación el encargo de generar la primera explicación para la transformación en la forma de construir las obras estéticas, utilizando la teoría marxista, con ello tiene el mérito de haber construido un novedoso problema de investigación. La tradición que siguió el desarrollo de este concepto intentó contribuir, integrando conceptos auxiliares y continuó el camino trazado por Adorno y Horkheimer, pero todos estos esfuerzos sin alterar los postulados centrales del concepto.

Desde mi análisis, dichos postulados serían: el presupuesto de masa, que aunque útil para visualizar el problema, después se convierte en un impedimento para profundizar en el problema, convirtiéndose en un categoría con una fuerte carga peyorativa (y moral), al considerar a la masa como un producto indeseable del capitalismo, por tanto, todo lo que deviene de la masa es indeseable, por ejemplo: las obras estéticas dirigidas a la masa son siempre de una categoría inferior, a las obras de las bellas artes; en segundo lugar el objetivo de la industria cultural como medio para establecer el control ideológico en el capitalismo, para Adorno y Horkheimer el arte queda completamente absorbida por la industria de cultura, mostrando una prisión de la cual es imposible escapar, principio que he rechazado, por considerar que es inviable justificar este supuesto control, en cambio, aceptamos que esta industria genera fuertes orientaciones, que pueden guiar los gustos estéticos de una gran parte de la población, pero de ninguna forma un control absoluto; por último el fatalismo que se tiene sobre las nuevas obras, manteniendo a lo largo del texto la idea del fin del arte, idea que hemos rechazado por ocultar un profundo moralismo, el arte

se acabó pero según los criterios de los autores, no los de la sociedad. Muestra de ello es que en sus semánticas la sociedad mantiene la diferencia entre arte/industria cultural (llamándola de diversas maneras: cine comercial, espectáculos, etc.), y que en cada operación se confronta a clasificar las obras de uno u otro lado.

Para el análisis de dicho concepto se usó la arquitectura teórica de la teoría de sistemas sociales, para ello fue necesario primero dejar clara la diferencia entre médium y sistema, poniendo especial énfasis en que los médiums son las condiciones necesarias para la generación de sistema y que nada determina cuantos sistemas pueden constituirse dentro de los médiums. Esto es particularmente importante con un sistema como el del arte, pues dicho sistema ejerce una fuerte gravitación sobre el resto de formas y parece representar a todo el médium. Con lo anterior lance la propuesta que al interior del sistema del arte se han formado otras estructuras además de lo que hemos calificado como el “núcleo” de éste. Las estructuras del diseño, el folklore y la industria cultural, han sido colocadas en una situación bastante tensa, al ser elementos estéticos no aceptados del todo por el sistema del arte. Cuestión que es posible al ser parte del sistema del arte, pero al mismo tiempo ser enviados a la periferia como elementos de menor jerarquía.

Se ha realizado un recorrido por el proceso de diferenciación del sistema del arte, buscando señalar cuales son las características principales y sus transformaciones hasta lograr constituirse como un sistema. Partiendo de los pueblos antiguos donde el trabajo del artista y del artesano aún no se diferenciaba, pasando a explicar la estrecha relación que tuvo con los medios de comunicación simbólicamente generalizados del poder y la religión (sobretudo en la edad media), producto de esta relación los temas que el arte pudo abordar quedaron restringidos; hasta su formación como un sistema, permitiéndose decidir con sus propios criterios sobre sus operaciones.

El seguimiento de todo ese proceso para mostrar todas las obras estéticas que fueran dejadas de lado al momento de su formación. Sostengo que dentro del médium del arte diversas comunicaciones fueron dejadas fuera del sistema del arte, que dichas comunicaciones formaron estructuras estables que procesan obras estéticas que son marginadas por el sistema del arte, pero las mantiene en su interior, para ello el sistema establece una jerarquía interna estableciendo un centro y una periferia. Entre ellas

encontramos el diseño, que se encarga de las formas estéticas creadas para integrarse a la vida cotidiana, en contraste, con el arte que construye su propia realidad; y el folklore, cuya función es la de mantener la identidad de un grupo o comunidad, diferenciándose del arte que constantemente busca innovar y desafiar sus formas tradicionales; ambos son mencionados pero no se busca profundizar en ellos, sólo se usan para mostrar la posibilidad de formar nuevas estructuras en el sistema del arte ubicadas en su periferia.

Se desarrolla una reflexión sobre los cambios que tuvo el surgimiento de la reproducción técnica sobre la obra de arte, rechazando las posturas de que ello sea *a priori* algo negativo para el sistema del arte. Pensamos que la influencia de las nuevas técnicas tiene como consecuencia una nueva forma de entender la relación original y copia, donde ahora la segunda puede existir como una representación fiel del original.

También este desarrollo técnico pone las condiciones de plausibilidad para el surgimiento del diseño y de la industria cultural, ya que sin la reproducción masiva ambas estructuras serían impensables. Dichas capacidades técnicas permitieron ser un medio donde lo que hacía falta eran obras para transmitir las, así la industria cultural y el diseño son construidos para responder a esta demanda. Además, dichas estructuras constituyen la base para la experiencia estética de un gran número de sujetos, ya que el sistema del arte tiende a ser sumamente excluyente y a exigir una especialización para observar sus comunicaciones, por tanto, la industria de la cultura viene a ser el vínculo para que la mayoría de los sujetos no se pierdan de la experiencia estética.

La propuesta es, por tanto, que la industria cultural es una estructura del sistema del arte que se encuentra en su periferia, esta distinción se fundamenta en que la orientación de esa estructura no es ya el código arte/no arte, sino que su orientación es el gustar, esto lleva a la industria de la cultura a establecer sus formas sin seguir la memoria del sistema del arte, y recurrir a su propia experiencia de formas exitosas que han logrado gustar, sin provocar variación mientras sigan resultando exitosas. Pero aun así se nutre de la experiencia estética del núcleo del sistema del arte.

De esta manera, los canales de difusión tampoco son los mismos que usa el núcleo del sistema del arte, la industria de la cultura emplea el sistema de los medios de comunicación de masa, estableciendo así un acoplamiento estructural entre el dicho sistema y el sistema

del arte. Por este medio, el sistema de los medios de comunicación obtiene obras estéticamente refinadas que fueron creadas específicamente para un público masivo.

Así la industria cultural es aprovechada por el sistema del arte como un acoplamiento estructural con los sistemas de la economía y de los medios de comunicación de masa. Tiene la tarea de ser el punto de contacto de los tres sistemas, lo que la obliga establecer criterios propios sobre la selección de sus obras, además de que requiera de instituciones y organizaciones propias para su desempeño.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor (2003). *Estética 1958/9*, Las cuarenta Editores, Buenos Aires, Argentina.
- Adorno, Theodor (2004). *Escritos sociológicos I*, Akal Editores, Madrid, España.
- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max (2009). *La dialéctica de la ilustración*, Trotta Editores, Madrid, España.
- Albert, Pierre y Tudesq, André-Jean (2002). *Historia de la radio y la televisión*, Fondo de Cultura Económica Editores, Ciudad de México, México.
- Baudrillard, Jean (2012). *El sistema de los objetos*, Siglo XXI Editores, Ciudad de México, México.
- Benjamín, Walter (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Ítaca Editores, Ciudad de México, México.
- Benjamin, Walter (2005). *Libro de los pasajes*, Akal Editores, Madrid, España.
- Castoriadis, Cornelius (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*, I y II, Tusquets Editores, Ciudad de México, México.
- Condry, John y Popper, Karl (1998). *La televisión es mala maestra*, Fondo de Cultura Económica Editores, Ciudad de México, México.
- Derrida, Jacques (1989). *Los márgenes de la filosofía*, Cátedra Editores, Madrid, España.
- Derrida, Jacques (1997). *La deconstrucción en las fronteras de la filosofía, la retirada de la metáfora*, Paidós Editores, Barcelona, España.
- Dorfman, Ariel y Armand, Mattelart (2010). *Para leer al pato Donald: comunicación de masas y colonialismo*, Siglo XXI Editores, Estado de México, México.
- Echeverría, Bolívar (2001). *Definición de la Cultura*, Ítaca Editores, Ciudad de México, México.
- Engels, Frederich (2016). “Carta a Franz Mehring”, en <https://www.marxists.org/espanol/m-e/cartas/14-vii-93.htm>, 03 de abril de 2016.

Guattari, Félix y Rolnik, Suely (2006). *Micropolítica, Cartografías del deseo*, Editorial Vazes Ltda, Madrid, España.

Hauser, Arnold (2018). *Historia social de la literatura y el arte I*, Penguin Random House Grupo Editorial, Ciudad de México, México.

Hobsbawm, Eric (1999). *Historia del siglo XX*, Grijalbo Editores, Buenos Aires, Argentina.

Luhmann, Niklas (1998). “Lección 14: de qué se trata el caso y que es lo que se esconde detrás” en *Introducción a la teoría de los sistemas*, Universidad Iberoamericana / Anthropos Editores, Ciudad de México, México, pp. 251-270.

Luhmann, Niklas (1999), “El arte como mundo” en *Teoría de los sistemas sociales II (artículos)*, Universidad Iberoamericana, Santiago, Chile.

Luhmann, Niklas (2000), *La realidad de los medios de masas*, Anthropos / Universidad Iberoamericana, Madrid, España.

Luhmann, Niklas (2005). *El arte de la sociedad*, Herder / Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, México.

Luhmann, Niklas (2007). *La sociedad de la sociedad*, Herder / Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, México.

Luhmann, Niklas (2015). “Estenografía” en *Comunicaciones y cuerpo en la teoría de sistemas sociales*, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México, pp. 17-38.

Luhmann, Niklas (2015). *Mujeres, hombres y George Spencer Brown*, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México.

Marcuse, Herbert (1989). *El hombre unidimensional*, Editorial Joaquín Mortiz, Ciudad de México, México.

Marx, Karl (1989). *Introducción general a la crítica de la economía política / 1857*, Siglo XXI Editores, Ciudad de México, México.

Marx, Karl (2011). *El Capital: Libro I Capítulo VI (inédito)*. Siglo XXI Editores, Ciudad de México, México.

Marx, Karl (2012). *El Capital: crítica a la economía política, I*, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México, México.

Negri, Antonio (2000). *Imperio*, Paidós Editores, Madrid, España.

Saussure, Ferdinand (1983). *Manual de lingüística general*, Alianza Editores, Madrid, España.

Sloterdijk, Peter (2003). *Crítica a la razón cínica*, Siruela Editores, Madrid, España.

Weber, Max (2012). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Colofón Editores, Ciudad de México, México.

Weber, Max (2014). *Economía y sociedad*, Fondo de Cultura Economía, Ciudad de México, México.

Williams, Raymond (2008). *Palabras clave: un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Nueva Visión Editores, Buenos Aires, Argentina.