

**Jean-Luc Godard y Theodor Adorno:
Crítica de la sociedad de masas y de
consumo**

**Jean-Luc Godard and Theodor Adorno. Critique of
mass and consumer society**

Alejandro Sánchez Berrocal
Universidad Complutense de Madrid, España
alejsanchez95@gmail.com



Recepción: 13-09-2016 **Aceptación:** 10-01-2017

Resumen: El presente texto trata de exponer y comentar el análisis de la industria cultural de masas y especialmente del cine que llevan a cabo el filósofo Theodor Adorno y el cineasta Jean-Luc Godard, para entender sus consecuencias políticas como crítica de la sociedad de masas y de consumo. En concreto, nos centraremos en el capítulo *La industria cultural. Ilustración como engaño de masas*, de *Dialéctica de la Ilustración* (1944), además de tener en cuenta otras obras de Adorno, así como en los proyectos de ensayo-cinematográficos *Histoire(s) du cinéma* (1988-1998) y *Six fois deux/Sur et sous la communication* (1976), de Jean-Luc Godard.

Palabras clave: industria cultural, sociedad de masas, sociedad de consumo, dialéctica de la ilustración, historia del cine.

Abstract: The aim of this article is to present and comment on the analysis of the cultural industry and especially cinema through the

Estudiante de filosofía en la Universidad Complutense de Madrid. Ha publicado en revistas indexadas sobre la filosofía rusa contemporánea y lleva a cabo un proyecto de investigación titulado "Motivos estético-políticos de la filosofía barroca española: estructura y recepción".

philosopher Theodor Adorno and filmmaker Jean-Luc Godard, to understand its political consequences as a critique of mass and consumer society. In particular, we will focus on the essay *The culture industry: Enlightenment as mass deception*, from the work *Dialectic of Enlightenment* (1944), and other Adorno's books, as well as Jean-Luc Godard's video projects *Histoire(s) du cinéma* (1988-1998) and *Six fois deux / South et sous la communication* (1976).

Keywords: cultural industry, mass society, consumer society, *Dialectic of Enlightenment*, film history.

I. Arte, espectáculo, industria

Uno de los temas centrales de las *Histoire(s) du cinéma* (1988-1998) de Godard es el cuestionamiento del estatuto artístico del medio cinematográfico. Esta preocupación está presente desde el primer episodio, *Toutes les histoires* ("Todas las historias"). Allí donde otras "historias del cine" más convencionales empezarían hablando del inicio de la técnica cinematográfica, por ejemplo, dedicando un lugar a los hermanos Lumière, Godard ignora esto (al menos hasta el segundo episodio), y el primer "personaje" que aparece en escena es Irving Thalberg, magnate y productor de cine ("decir Hollywood significa decir la historia del último magnate: Irving Thalberg", oíremos en el citado episodio). No es casual que, en su historia del cine, la primera persona de la que hable Godard sea precisamente un empresario, sino que esto da cuenta de su concepción -y crítica- del cine de Hollywood como un medio estrechamente asociado a los negocios y la especulación.

Para Adorno, la industria cultural se ha convertido en un sistema profundamente homogeneizador que clasifica, organiza y maneja a los consumidores. Cine, radio y televisión están al servicio de un proceso de máximo empobrecimiento estético debido a que "la técnica de la industria cultural ha llevado solamente a la estandarización y la reproducción en serie" (Adorno, Th. W., 2013)¹. Irving Thalberg, "padre

¹Adorno, Th. W. (2013), *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Akal, p. 134.

fundador”, como irónicamente lo llama Godard, “fue el único hombre que pensó 52 películas al día”, esta producción máximamente abundante e incesante, que convierte a la industria cultural en una fábrica de producción de mercancías cuyas diferencias son meramente cuantitativas, ha hecho del cine, según Godard, un arte que ha nacido muerto, debido precisamente a que, coincidiendo con Adorno, ha sacrificado aquello por lo que la obra de arte se diferenciaba de la lógica de la sociedad, y la estrecha relación del cine con el negocio, su dependencia de la sociedad de consumo que debería criticar pero cuyo mensaje no hace más que reproducir, aumenta hasta tal punto la identidad del arte y la cultura que acaba por constituir un sistema que lo hace todo semejante. El cine de Hollywood nace muerto porque su inseparable unión a la industria cultural le hace olvidar todo aquello que una obra de arte genuina debe contener, su elemento con el que trasciende la realidad, en palabras de Adorno, aquellos que son los “rasgos en los que aparece la discrepanción, en el necesario fracaso del apasionado esfuerzo por la identidad” (Adorno, Th. W., 2013)².

La problematización del estatuto artístico del cine es continuada por Godard con especial atención en el segundo capítulo, *Une Histoire seule* (“Una Historia sola”). En su análisis del origen y desarrollo del cine como industria eminentemente burguesa, Godard encuentra que esta surgió en un momento de una máxima confluencia de técnicas e inventos: finales del siglo XIX y comienzos del XX (como apunta el cineasta francés, ese momento de la historia en que, al mismo tiempo que “surge el transporte público, también se crea el tratamiento de la histeria”). El cine, heredero de la fotografía, de la que tomó no solo sus derechos sino, y sobre todo, sus deberes, fracasó estrepitosamente como arte precisamente en su reproducción transparente de la realidad empírica, que deviene falsificadora: “el cine, como hijo de la fotografía, siempre ha querido ser más verdadero que la vida, y por eso se ha convertido en espectáculo” (Godard, 1988-1998).

²Ibid., p. 144.

El nacimiento del cine queda, por tanto, estrechamente ligado al período de total perfeccionamiento de aquello que Adorno llamaba “razón instrumental”, la cual, mediante una utilización ideológica de la ciencia y de la técnica, muestra un gran poder de dominación sobre las voluntades y actitudes de los individuos que permiten la continuación de un sistema cuyos fines, paradójicamente, son contrarios a ellos. En una frase cuyo pesimismo no tendría problemas en suscribir el mismo Adorno, Godard sentencia: “el siglo XIX, que inventó todas las técnicas, inventó también la estupidez”. El cine ha colaborado en esta difusión masiva de la estupidez porque es, ante todo, mercancía (el mismo Godard afirmará en el capítulo 4 *Fatale beauté* (“Belleza fatal”) que “las películas son mercancía, por eso hay que quemarlas”, y la maquinaria cinematográfica está organizada por y para la alienación de las masas: organizar, clasificar y manejar a sus espectadores/consumidores es el fin último de esta industria, para todos ellos “hay algo previsto, a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son preparadas y propagadas. Cada uno debe comportarse más o menos espontáneamente de acuerdo con “su nivel”, que le ha sido previamente asignado”³, como nos recuerda Adorno (2013).

Dado este análisis negativo de la situación del cine como industria cultural, las propuestas “constructivas” de Godard y Adorno son profundamente semejantes. Para el primero, el cine es “como un incendio, nace de aquello que arde”, donde vemos enunciada, a su modo, la idea adorniana de la obra de arte como negatividad: lejos de limitarse a reproducir y aprobar lo existente, ya sea consciente o inconscientemente, la obra de arte debe negarse a sí misma para no verse reducida al dominio de la “razón instrumental”, esto es, debe representar precisamente lo que el orden social no es. Como ilustra Givone (2009) en su *Historia de la Estética*, en Adorno la obra de arte trasciende porque “muestra ese “algo más” de la cosa y que es la negación de la cosa”⁴. Las películas, como cualquier obra de arte,

³Ibid., p. 136.

⁴Givone, S. (2009), *Historia de la estética*, Madrid: Tecnos, p. 126.

tienen la virtud de convertirse en “la redención de lo real”, según Godard, o, por el contrario, como nos recuerda Adorno (2013) en su *Minima Moralia*, el riesgo de ser “el engranaje con el status quo del provecho, la mala conciencia y el engaño”.⁵

II. Lenguaje y violencia

Six fois deux/Sur et sous la communication (1976) se plantea como una serie de televisión profundamente anticonvencional y radical, realizada por Godard junto a su compañera Anne-Marie Miéville. Como su propio nombre indica (*sur et sous la communication*, es decir, “sobre” y “debajo” la comunicación) trata de examinar de un modo profundamente crítico los medios de comunicación de masas (la televisión, la radio y la fotografía) y sus efectos sobre la sociedad contemporánea, en campos tales como el individuo, la familia, la sociedad y la cultura.

Esta (anti)serie de televisión está compuesta por doce capítulos agrupados en seis parejas (de ahí el título *six fois deux*, “seis veces dos”). El método es explicado en el capítulo 6a *Avant et après* (“Antes y después”), donde se concluye que la serie se ha realizado en seis emisiones como seis son los días laborables de la semana, pero como un día está dividido en dos partes (la mañana y la tarde), estas emisiones se han hecho “dos veces seis”: la jornada laboral se corresponde con los episodios a, donde se analiza de manera crítica un medio de comunicación de masas concreto, y el tiempo de descanso o *night-time* con los episodios b, en los que se entrevista a alguna persona, como al propio Godard en el episodio 2b *Jean-Luc*.

Al final de su ensayo sobre la industria cultural, Adorno advierte del grado de degeneración del lenguaje en el fascismo, en relación con el uso de las palabras en la prensa y en la radio: “no es posible ya percibir en las palabras la violencia que han sufrido” (Adorno, Th. W. 2013)⁶.

⁵Adorno, Th. W. (2013), *Minima Moralia*, Madrid: Akal, p. 213.

⁶Adorno, Th. W. (2013), *Dialéctica de la Ilustración*, op. cit., p. 180.

Creemos que se trata precisamente de esto en el primer capítulo (1a), *Y a personne* (“No hay nadie”), donde se hacen una serie de entrevistas en la oficina de una productora televisiva a varios aspirantes a un puesto en la empresa. A cada uno de los aspirantes al puesto de trabajo se le somete a unas preguntas ciertamente inusuales -y precisamente por eso, incómodas- como “¿cuánto querría cobrar?”, dándoles la opción a los entrevistados a fijarse su propio sueldo, o “¿qué tipo de trabajo está buscando?”, algo obvio teniendo en cuenta que el aspirante al empleo está informado de ello, “¿qué significa comunicación?”, etc.

Las reacciones son realmente sorprendentes y dan buena cuenta de toda la violencia que hay contenida, pero ya oculta, en el lenguaje cotidiano, en situaciones como una entrevista laboral: conceptos tales como la alienación, aparentemente ignorados por los entrevistados, salen a la luz cuando el entrevistador les pregunta si estarían dispuestos a ejercer la prostitución para conseguir ese puesto de trabajo, cuando contestan inmediatamente que no, el entrevistador pregunta: “¿pero no sucede lo mismo al trabajar? Das una parte de tu cuerpo, tiempo y esfuerzo, a cambio de dinero, se vende algo de uno mismo”. Poco a poco, lo que aparentemente podría ser representado como una situación cotidiana (una entrevista de trabajo) va sacando a la luz toda una serie de relaciones violentas y de explotación, injusticias sociales ya sedimentadas por la sociedad de consumo que se presentan en un lenguaje aparentemente inocente, pero no por ello desaparecidas, y que ejercen un límite a la hora de ejercer nuestra libertad: el límite del salario, del dinero, de vender algo de uno mismo a cambio de realizar un trabajo con el que no se disfruta.

Este proceso de desvelamiento, que consiste en desenterrar toda la violencia sedimentada en el lenguaje y mostrar al espectador que, como dirá Deleuze (1983) a propósito de esta serie, “la noción de fuerza de trabajo no es inocente”⁷, continúa en el episodio 2a *Leçon*

⁷Deleuze, G. (1983), *Trois questions sur six fois deux*, Cahiers du cinéma: nº 352, octubre [la traducción es propia].

de cosas (“Lección de cosas”), donde Godard, en conversación con un filósofo, da cuenta de que una imagen siempre contiene más de lo que ella muestra, y buscan otra comunicación que no sea la comunicación televisiva cotidiana, esto es, una comunicación en la que las palabras no hayan dejado de ser “portadoras sustanciales de significado” y hayan quedado “de tal modo fijadas a la cosa que se queden en pura fórmula”⁸ (son palabras de Adorno (2013), quien, además, nos recuerda que esto afecta tanto al objeto como al lenguaje que se ocupa de él). En esta búsqueda de nuevas y diferentes perspectivas de las cosas se muestran imágenes de un mercado callejero, de una fábrica, etc., enunciando al mismo tiempo su significado cotidiano o más inmediato: “esto es una fábrica”, para luego hallar ligeras variaciones que puedan mostrar verdaderamente lo que esa imagen está mostrando, un acceso que, en un lenguaje perfectamente disuelto en la comunicación como el televisivo es cada vez más difícil, y requiere de esa actitud godardiana de retorcer el significado original de las imágenes y las palabras: “no, esto no es una fábrica, es una película porno: hay movimientos de amor, pero el trabajo los ha matado” (Godard, 1976).

III. ¡Igualdad y fraternidad!... Entre la realidad y la ficción

En sus reflexiones sobre el cine, Adorno presta especial atención al tipo de subjetividad y racionalidad que este medio de comunicación de masas impone en los individuos. El cine viene a invertir la relación entre ficción y realidad o, mejor, extender el imperio de la primera sobre la segunda. A medida que la técnica cinematográfica consiga reproducir fielmente los objetos empíricos o realidad objetiva se logrará “la ilusión de creer que el mundo fuera de la sala de proyección es la simple prolongación del que se conoce dentro de ella” (Adorno, Th. W., 2013)⁹. De este modo, el espectador continuará fuera de la sala el espectáculo que ha percibido en su interior. El tiempo de ocio,

⁸Adorno, Th. W. (2013), *Dialéctica de la Ilustración*, op. cit., p. 178.

⁹Ibid., p. 139.

al que el individuo debe amoldarse cuando no está ocupado en su tiempo laboral, se presenta como mera continuación de este, y, como en la oficina o la fábrica, “el espectador no ha de necesitar ningún pensamiento propio [...] toda conexión lógica que exija esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada” (Adorno, Th. W., 2013)¹⁰. Para la industria cultural, el desarrollo de las escenas de una película debe seguirse de la situación inmediatamente anterior que ha visto el espectador, y no de la idea del todo, igual que en la fábrica o en la oficina, el pensamiento y el movimiento irreflexivos son el engranaje de una cadena que ignora el todo del que forman parte, ignorancia que encubre y reproduce silenciosamente el fenómeno de la alienación.

Godard también fue consciente de que la industria cultural no ha respetado de ningún modo la frontera entre la vida empírica de los consumidores y la ficción que aquella produce. Para el cineasta francés, el espectador no está en su lugar cuando ve la televisión, solo esta está en el lugar que le corresponde y que esta de algún modo le ha asignado. Como dirá en el capítulo 6a Avant et après (“Antes y después”), “la televisión no es ni la fábrica, ni la casa, es un “entre”. Este medio también es objeto de reflexión para Godard en sus Histoire(s) du cinema, donde la televisión, para cuya invención “han sido necesarias dos guerras mundiales”, como recuerda irónicamente, es ese medio que proyecta al espectador y al mismo tiempo lo rechaza. Precisamente es esto lo que advierte Adorno cuando identifica como ley suprema de la industria cultural que “los individuos no alcancen de ningún modo lo que desean, y justamente con ello deben reír y contentarse” (Adorno, Th. W., 2013)¹¹. En la causa de su entretenimiento está también la fuente de su miseria, y el espectador debe resignarse ante ello.

La televisión atrae a sus espectadores y al mismo tiempo los rechaza, hace una serie de promesas que jamás serán cumplidas, y en su insatisfacción el espectador está obligado a resignarse y encontrar

¹⁰Ibid., p. 150.

¹¹Ibid., p. 154.

incluso cierto placer. La impotencia está en la base del espectáculo que muestra la televisión: con la huida de la realidad que aquella produce se escapa también el último pensamiento de resistencia. Al espectador no se le niega la posibilidad de ver representada en la pantalla de cine o en su televisor la mayor de las miserias, sino que además se le “obliga” a acomodarse a ella. En sus comentarios sobre el cine trágico, Adorno advierte que “de la misma manera que en la sociedad con el sufrimiento, que no lo elimina de sus miembros, pero lo registra y planifica, procede la cultura de masas con la tragedia” (Adorno, Th. W., 2013)¹².

Como Adorno, Godard solo cree en la obra de arte allí donde esta se muestra como una irremediable antítesis o testimonio de una paradoja: la del desajuste que ella expresa respecto de la realidad social en que ha sido generada, una realidad en la que está integrada pero a su vez combate. Si para Adorno toda filosofía dialéctica consiste en enviar “mensajes en una botella que son arrojados al mar” para las generaciones futuras, Godard también pondrá de manifiesto un cierto carácter mesiánico del arte: “el cine, como el cristianismo, no se funda en una verdad histórica, sino que nos ofrece una historia y nos dice: ¡cree!” El arte, en su fallido intento de mostrar lo inexistente como existente, debe mostrar una realidad más justa que la empírica, resistiéndose a ser asimilada por esta y convertida en mercancía. La obra de arte, de ser auténtica, jamás debe ser conciliada con la realidad, sino precisamente mostrar sus grietas constitutivas más desagradables. Godard, en unos términos muy parecidos a los de la dialéctica negativa adorniana, afirma en el séptimo episodio de *Histoire(s) du cinema*, *Le Contrôle de l'univers* (“El control del universo”): “ya es hora de que el pensamiento sea peligroso para el que lo piensa” (Godard, 1988-1998). Solo así el pensamiento, y con él, el arte, podrá conservar su capacidad transformadora sobre lo real.

¹²Ibid., pp. 164-165.

IV. Historia y barbarie

En el prólogo a la *Filosofía del Derecho*, Hegel (2000) expone su famosa concepción de la filosofía según la cual solo puede aprehender su tiempo cuando este ya ha acabado¹³. Del mismo modo, al final de sus *Histoire(s) du cinema*, Godard considera que ningún arte puede considerarse como tal antes de que su época haya terminado. Quizás el punto en común más evidente entre Godard y Adorno sea la práctica de una filosofía de la historia que atiende por igual tanto a los procesos de génesis y desarrollo de los medios de comunicación de masas y su indisoluble unión a la industria como al auge e imposición de los sistemas políticos que han conseguido unos rangos de dominación total sobre sus masas: el fascismo y la sociedad de consumo capitalista. En general, las *Histoire(s) du Cinema* de Godard no se dejan ser entendidas simplemente como unas “historias del cine” más, sino como el primer intento de pensar de qué modo esta historia no está desprendida abstractamente de una serie de prácticas técnicas ni sus medios de producción, sino precisamente en estrecha unión con los principales acontecimientos históricos del siglo XX.

Una de las sentencias más populares de Adorno afirma que “escribir poesía después de Auschwitz es un acto de barbarie” (Adorno, Th. W., 1962)¹⁴, con ello, señala el carácter ilegítimo de toda obra de arte cuando la realidad de la que esta forma parte ha alcanzado unas cotas de barbarie tal como el fascismo y los campos de exterminio. Para Godard, el pecado del cine es doble: no es que él estuviese ausente cuando la barbarie sucedía, sino que, a pesar de estar presente, no ha sido capaz de representarla con dignidad. En el último capítulo de sus

¹³La cita a la que nos referimos es la siguiente: “Solo en la madurez de la realidad aparece lo ideal frente a lo real y aquél se concibe al mismo tiempo en su sustancia edificándolo en la configuración de un reino intelectual. Cuando la filosofía pinta su gris sobre gris entonces ha envejecido una configuración de la vida y no se deja rejuvenecer con gris sobre gris, sino solo conocer. Solo cuando irrumpe el ocaso inicia su vuelo el búho de Minerva”. Hegel, G.W.F. (2000), *Rasgos fundamentales de la Filosofía del Derecho*, Madrid: Biblioteca Nueva, p. 77.

¹⁴Adorno, Th. W. (1962), *Prismas. La crítica de la cultura y de la sociedad*, Barcelona: Ariel, p. 29.

Histoire(s) du cinema, *Les Signes parmi nous* (“Los signos entre nosotros”), nos interpela: “tú no has visto nada... En Hiroshima, en Nagasaki, en Leningrado”. Ya fuera porque se hicieron películas de propaganda, de martirio, o de mero sentimiento sin ninguna fuerza de denuncia, que atendiese exclusivamente a los vencedores y olvidase a los vencidos, así como el elemento crítico contra el fascismo, el cine no ha estado a la altura de esa época, a excepción de una película: *Roma, ciudad abierta* (Roberto Rossellini, 1945). Como decíamos, el espectador, lejos de ver en pantalla una denuncia crítica de la peor de las barbaries, percibe, como indica Adorno (2013), “las situaciones permanentemente desesperadas que descorazonan al espectador en la vida cotidiana y se convierten en garantía de que se puede continuar viviendo. Basta suscribir la propia derrota, y ya está uno integrado”¹⁵. Las películas sobre el exterminio de los judíos y otros horrores del nazismo, por ejemplo, en lugar de contener un mensaje crítico y emancipador, ha acostumbrado al espectador al horror. De igual modo sucede en la sociedad de consumo donde, en palabras de Adorno (2013), el espectador “debe ser metido en cintura por el espectáculo de la vida inexorable y el comportamiento ejemplar de los afectados”¹⁶.

Tanto para Godard como para Adorno, el cine tiene un cierto carácter de hechizo y engaño respecto de la historia de los individuos, ya que se dedica a proyectar la imagen de la miseria, de un mundo sin historia, excepto dos grandes historias, como recuerda Godard: “la del sexo y la muerte”. El cine es, ante todo, un lugar de evasión, el único arte donde la memoria es esclava y el hechizo es total, anulando toda potencia revolucionaria. La industria cultural ha hecho del cine un arte al servicio del “totalitarismo del presente que los borra a todos [los espectadores] y los une en una identidad abstracta”, afirma el cineasta francés en el último capítulo de su *Histoire(s) du Cinema*. Como un engranaje más de la exterminación llevada a cabo por el fascismo, el

¹⁵Adorno, Th. W. (2013), *Dialéctica de la Ilustración*, op. cit., p. 166.

¹⁶Idem.

cine se ha sumado a ella precisamente por no haber sido capaz de representarla.

Pero Godard es consciente de que este carácter negativo que atraviesa al cine, como a otras artes, es reversible: “durante casi 50 años, el pueblo de las salas oscuras quema lo imaginario para calentar lo real. Ahora lo real se venga y quiere verdaderas lágrimas y verdadera sangre”. El cine, si no quiere adaptarse a la mera legitimación de lo que hay, debe tomar conciencia de su carácter negativo e histórico, “despertar” del sueño (para la industria cultural, el cine es una “fábrica de sueños”, Godard añade: “por soñar fábricas así, el comunismo se agotó”) y la evasión, no producir una mera “visión” sino un acontecimiento. En su mayor debilidad reside también su mayor fuerza. El cine debe escapar de su estatuto meramente evasivo o de entretenimiento, un divertimento que legitime la miseria cotidiana de los espectadores, y tiene la capacidad para ello: debe conservarse a sí mismo sin traicionarse, aunque la capacidad redentora de las imágenes ofrezcan su mensaje para otros tiempos futuros y menos oscuros. Como nos recuerda Godard, “nos olvidamos de la casa blanca que ha sido bombardeada, pero no del Guernica de Picasso”, del mismo modo, una película realmente valiosa tiene la capacidad de resistir al olvido, de no agotarse en su consumo inmediato y de sobrepasar el carácter meramente legitimador de lo real, sino que además puede conservar un mensaje para el futuro, esta es la capacidad redentora de la imagen, que solo es posible si está atravesada por lo histórico y la negatividad, y en ello consiste una de las grandes enseñanzas estéticas de Adorno.

Referencias bibliográficas

Artículos y libros

- Adorno, Th. W. (2013), *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Akal.
- Adorno, Th. W. (2013), *Minima Moralia*, Madrid: Akal.
- Adorno, Th. W. (1962), *Prismas. La crítica de la cultura y de la sociedad*, Barcelona: Ariel.
- Deleuze, G. (1983), *Trois questions sur six fois deux*, Cahiers du cinéma: nº 352, octubre.
- Givone, S. (2009), *Historia de la estética*, Madrid: Tecnos.
- Hegel, G.W.F. (2000), *Rasgos fundamentales de la Filosofía del Derecho*, Madrid: Biblioteca

Películas

- *Histoire(s) du cinéma* (Jean-Luc Godard, 1988-1998), 8 episodios, 266 min, color, sonido, francés.
- *Six fois deux/ sur et sous la communication* (Jean-Luc Godard y Anne-Marie Mieville, 1976), 12 episodios, 597 min, color, sonido, francés.