

AFINIDADES ELECTIVAS: INDUSTRIA CULTURAL Y AUTORITARISMO

JORDI MAISO

Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN: El presente artículo aborda la relación entre industria cultural y autoritarismo, sosteniendo que su afinidad no se debe tanto a que la industria cultural promueva directamente visiones de extrema derecha, sino que radica en la forma en que su lógica configura la gramática de la política contemporánea, favoreciendo dinámicas autoritarias. La argumentación parte de los análisis de Theodor W. Adorno. Sin embargo, aunque sus planteamientos ofrecen claves esenciales para comprender esta afinidad, el auge de la nueva extrema derecha en el contexto de un capitalismo de expectativas decrecientes requiere mediaciones distintas. Por eso el artículo examina la industria cultural digital dentro del marco del capitalismo de plataformas, analizando cómo su gramática comunicativa establece un régimen de visibilidad y experiencia, junto con una nueva forma de culto del éxito. Este marco no solo converge con las tendencias autoritarias, sino que también adquiere un significado específico en la lógica de competencia feroz de un capitalismo cada vez menos inclusivo.

PALABRAS CLAVE: industria cultural; autoritarismo; Theodor W. Adorno; capitalismo digital; darwinismo social; ideología del éxito.

Elective Affinities: Culture Industry and Authoritarianism

ABSTRACT: This paper explores the relationship between the culture industry and authoritarianism, arguing that their affinity does not stem from the culture industry directly promoting far-right views. Instead, it lies in the way its logic shapes the grammar of contemporary politics, fostering authoritarian dynamics. The argument is grounded in Theodor W. Adorno's analyses. However, while his insights provide essential tools for understanding this affinity, the emergence of the new far right within a capitalism of diminishing expectations calls for additional mediations. To address this, the paper examines the digital culture industry within the framework of platform capitalism, analyzing how its communicative grammar establishes a regime of visibility and experience, alongside a new figure of the cult of success. This framework not only aligns with authoritarian tendencies but also takes on specific significance within the fiercely competitive and increasingly exclusionary nature of contemporary capitalism.

KEY WORDS: Culture industry; Authoritarianism; Theodor W. Adorno; Digital capitalism; Social Darwinism; Ideology of success.

El intento de establecer un vínculo entre industria cultural y autoritarismo puede resultar en un principio sorprendente¹. Sin embargo, esta reacción proviene de una comprensión demasiado restringida de la crítica de industria cultural en Theodor W. Adorno, que no está en condiciones de comprender su alcance real. Pues lo que está en juego en ella no es solo una crítica de la

¹ Este trabajo ha sido realizado en el marco de los Proyectos de Investigación «Constelaciones del autoritarismo: memoria y actualidad de una amenaza a la democracia en perspectiva filosófica e interdisciplinar» (PID2019-104617GB-I00) y «Estética y transformación digital de la sociedad: la relevancia del laboratorio estético para el análisis y la crítica de la comunidad virtual y el capitalismo de la atención» (PID2023-149638OB-I00), financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España.

cosificación del arte y la cultura, sino también una discusión más amplia sobre cambios fundamentales en las formas de la socialización, la subjetivación y la política en el capitalismo avanzado. En realidad, la teoría crítica de la industria cultural no es tanto una crítica de la cultura como una crítica de la sociedad². No se limita a abordar los cambios en la producción, distribución y consumo de productos culturales, sino que evidencia un creciente solapamiento de trabajo y tiempo libre, cultura y lógica de la mercancía, comunicación y publicidad. El concepto de industria cultural remite así a un sistema de socialización y producción de subjetividad. Analiza gratificaciones que arraigan en una configuración de la sociedad en la que los individuos se entienden fundamentalmente como consumidores y clientes. Y es que la industria cultural no solo produce bienes y mercancías culturales: produce también al propio público. A través del cine, la radio, la publicidad, las canciones de moda, las revistas, el deporte, las columnas del horóscopo y la televisión, la industria cultural genera un «clima» en el que sus productos adquieren su singular atractivo³. Para Adorno, la creciente concentración de poder social y económico que caracteriza al capitalismo avanzado tiene aquí su correlato cultural, que socava las condiciones sociales de la individualidad y fomenta la identificación con figuras que encarnan el éxito y la normatividad social, vehiculando los modelos de lo socialmente aceptado.

Por tanto, la industria cultural no remite únicamente a un sistema estético y cultural, sino ante todo a un sistema de socialización que canaliza el deseo, orienta la atención, moldea el lenguaje y las formas de expresión y produce formas de identificación con la realidad⁴. En este sentido, la influencia de la industria cultural va más allá de la producción y el consumo de productos culturales o los usos del tiempo libre. Sin embargo, su dimensión socializadora ha quedado en gran medida desatendida en buena parte de la discusión académica, y tomarla en consideración sería central para entender por qué el análisis de la industria cultural está tan estrechamente vinculado a la emergencia del fascismo. Ya los primeros acercamientos de Adorno, Benjamin y Kracauer a las nuevas formas de cultura, ocio y entretenimiento parten de la conciencia de que estas eran sintomáticas de transformaciones socio-políticas de amplio calado. Si Adorno las vinculaba al surgimiento de tendencias cultural y políticamente reaccionarias que prepararían el ascenso del fascismo⁵, Kracauer había asociado su lógica escapista a la ambivalente conciencia

² MAISO, J., «Industria cultural. Génesis y actualidad de un concepto crítico», en: *Escritura e imagen*, vol. 14, 2018, pp. 133-148. <https://doi.org/10.5209/ESIM.62767>

³ ADORNO, Th W., «Prolog zum Fernsehen», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 10.2, Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 508.

⁴ Cfr. DELLA TORRE, B., «Culture Industry: A (Political) Research Agenda for Critical Theory», en: *Global Dialogue: Magazine of the International Sociological Association*, November 08, 2023; MAISO, J., «Industria cultural», o.c.

⁵ ADORNO, Th. W., *Minima Moralia*, en: *Gesammelte Schriften*, vol. 4. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 64.

de los empleados en vísperas del Tercer Reich⁶, y Benjamin señalaba cómo la emergente industria de la diversión ensalzaba la lógica de la mercancía y preparaba a las masas «para la servidumbre con la que la propaganda tanto industrial como política deben poder contar»⁷. Por eso no puede extrañar que, cuando estos autores abordaban cuestiones como la función de la risa en la cultura del entretenimiento, la violencia en los dibujos animados, o figuras como Mickey Mouse, lo que les preocupaba fueran las implicaciones de estos fenómenos en relación con el refuerzo o la prevención de disposiciones autoritarias, brutales y sádicas que consideraban cada vez más extendidas⁸. En definitiva, industria cultural y autoritarismo convergen como claves fundamentales para comprender cómo un orden social caracterizado por una concentración sin precedentes de poder social, económico y político afecta a la constitución de los sujetos vivos, configurando sus disposiciones conscientes e inconscientes.

Adorno había señalado que «la encarnación de todas las tendencias de la industria cultural en el cuerpo y el alma del público se realiza a través del proceso social en su conjunto»⁹. Esto indica que su eficacia arraiga en las condiciones sociales que rigen la autoconservación, que siguen marcadas por la reproducción del capital. En este contexto la industria cultural se consolida como una instancia crucial de socialización, moldeando el horizonte de experiencia de los individuos y convirtiéndose en un factor constitutivo esencial de su mundo de la vida. Su propia realidad evidencia que la influencia de la lógica social ya no incide únicamente en el desempeño laboral, sino también en las formas de goce y disfrute, o en las modalidades de catarsis y compensación del narcisismo herido, y de esta manera influye en la sensibilidad de los individuos, en sus aspiraciones y expectativas, e incluso los modos en los que desean ser percibidos. En consecuencia, la afinidad electiva entre industria cultural y autoritarismo no debe entenderse primordialmente en el sentido de que la industria cultural promueva directamente visiones fascistas o autoritarias. No es una cuestión de que vehicule determinados contenidos ideológicos, sino que su impacto ideológico reside más bien en que sienta las bases sobre las que opera la política. En buena medida, la lógica de la industria cultural impregna hoy actitudes y disposiciones que se extienden por todo el espectro político, que pueden apreciarse en las formas de participación pasiva, la tendencia a la personificación, la repetición constante de patrones y la priorización del efecto

⁶ KRACAUER, S., *Los empleados*. Barcelona: Gedisa, 2009, p. 91 ss.

⁷ BENJAMIN, W., *Das Passagen-Werk*, en: *Gesammelte Schriften*, vol. V. Frankfurt: Suhrkamp, 1983. Para este punto, *cfr.* CATALINA, C., «Sobre algunos motivos de la protohistoria de la modernidad en W. Benjamin», en: PEREIRA GONZÁLEZ, Z. y VILLALBA MUÑOZ, F. (eds.), *Miradas desde la crítica*, Valencia: Ediciones Universidad Politécnica de Valencia, 2025, pp. 47-78.

⁸ *Cfr.* BENJAMIN, W., «Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Technischen Reproduzierbarkeit (zweite Fassung)», en: *Gesammelte Schriften*, vol. VII. Frankfurt: Suhrkamp, 1991, p. 377; HORKHEIMER, M. & ADORNO, Th. W., *Dialektik der Aufklärung*, en: ADORNO, Th. W., *Gesammelte Schriften*, vol. 3. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 160 ss.

⁹ *Ibid.*, p. 158.

y el impacto sobre la verdad¹⁰. Su influjo se traduce en una configuración de la discusión pública en la que «el pensamiento se convierte ineludiblemente en mercancía y el lenguaje en elogio de la misma»¹¹. Por lo tanto, la principal afinidad con el autoritarismo reside en cómo la industria cultural moldea la propia lógica desde la que opera la política, así como en las disposiciones subjetivas que fomenta en los individuos.

Walter Benjamin fue uno de los primeros en reconocer cómo la esfera pública moldeada por las condiciones de la industria cultural transforma el terreno de juego político. Los líderes políticos ya no se exponían principalmente ante el Parlamento, sino ante cámaras y dispositivos de grabación que los llevaban ante un público mucho más amplio. Dado que ahora podían dirigirse a «un número ilimitado de personas», su actuación ante las cámaras «pasaba a primer plano»¹². Con gran perspicacia, Benjamin observó cómo este cambio reforzaba las lógicas de personalización y *performance*, y eso llevaba a un creciente solapamiento de las funciones de actores profesionales y políticos. De ahí que hablara de «una nueva selección, una selección ante el aparataje, de la que salen victoriosos la estrella y el dictador»¹³. Mucho antes de Reagan, Berlusconi y Trump, Benjamin identificó una tendencia hacia la fusión de estrellas mediáticas y políticos, presagiando una colusión entre política, espectáculo y publicidad. Una vez que el electorado se transforma en público, la lógica del espectáculo y el marketing ya no puede contenerse. La política tiende a confundirse con las estrategias de comunicación política. Se asimila a patrones de identificación, entretenimiento y sensacionalismo. Si, como dijera en su día Adorno, «el mundo entero es conducido a través del filtro de la industria cultural»¹⁴, la política tampoco puede escapar a ello. Los noticiarios se diseñan para proporcionar no sólo información, sino ante todo entretenimiento; los programas de tertulia y debate político muestran opiniones enfrentadas para fomentar la identificación con unas u otras posiciones, no una comprensión real de las cuestiones en juego; los debates presidenciales, por su parte, se presentan como los acontecimientos políticos más decisivos, pero su formato pone todo el foco en la *performance* de los candidatos, no tanto en los asuntos mismos y en los márgenes de agencia que existen para abordarlos¹⁵. De ahí que las *watchparties* organizadas para seguir los debates de la última campaña presidencial en Estados Unidos puedan recordar vagamente a las que organizan los seguidores de Eurovisión. Lo que el público consume, en cualquier caso, es entretenimiento. Esta lógica tiende a eliminar la posibilidad de cualquier

¹⁰ STEINERT, H., *Kulturindustrie*. Münster: Westfälisches Dampfboot, 2002, p. 167 y 170.

¹¹ HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th. W., *o.c.*, p. 12.

¹² BENJAMIN, W., «Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit», en: *Gesammelte Schriften*, vol. I. Frankfurt: Suhrkamp, 1991, p. 491.

¹³ *Ibid.*, p. 492.

¹⁴ HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th. W., *o.c.*, p. 166.

¹⁵ SANTORO, G., «Italy from Berlusconi to Grillo», en: *Cultural Critique*, 87, Spring 2014, p. 198. <https://doi.org/10.5749/culturalcritique.87.2014.0193>

gramática política alternativa. Sin embargo, sus consecuencias van mucho más allá. En la continua lucha por captar la atención fragmentada como un recurso cada vez más escaso, la lógica sensacionalista del escándalo y los contenidos con un fuerte impacto emocional se convierten en los principales mecanismos para destacar en medio de la avalancha de estímulos mediáticos. En consecuencia, la política espectacular redobla continuamente sus apuestas. Aquí es donde la falta de inhibiciones, la violación de tabúes y las provocaciones descaradas características de la extrema derecha encuentran su oportunidad. Su lógica no se detiene ante nada, ni siquiera ante las declaraciones más absurdas y violentas, ya sea la sugerencia de inyectarse desinfectante como medio para combatir el Covid o la alusión a los inmigrantes que se comen a los perros y los gatos de los ciudadanos de bien en Springfield, Ohio. Al fin y al cabo, lo único que la industria cultural no puede tolerar es el aburrimiento.

Hoy la capacidad de utilizar los medios de comunicación ya no es un componente más, por importante que sea, sino «el núcleo mismo de cualquier propuesta política que se dirija a un electorado-audiencia»¹⁶. Si hace más de medio siglo Adorno señalaba que la industria cultural se había convertido en una segunda naturaleza¹⁷, hoy podríamos decir que ya no hay un afuera de ella. Pero tal vez lo más inquietante es que la lógica de la industria cultural está demostrando ser el lenguaje natural de la nueva extrema derecha¹⁸. No se trata tan solo de que en las últimas décadas algunos líderes de la extrema derecha hayan surgido del mundo del espectáculo, o de que hayan obtenido un amplio reconocimiento a través de su participación en programas televisivos de humor y entretenimiento, sino más bien de que los códigos de la industria cultural impregnan la gramática de su discurso político. Las narrativas paranoicas y las lógicas conspirativas, la tendencia a personificar procesos sociales o políticos, las estructuras estereotipadas y repetitivas, basadas en convencionalismos y orientadas a la funcionalización atraviesan todo su discurso¹⁹. De este modo enlazan con necesidades subjetivas y estructuras de personalidad difusas, que les permiten formar masas a partir de sujetos debilitados y aislados. Piénsese en la afirmación abstracta de libertad, o en las supuestas amenazas existenciales a las que remiten las consignas de «invasión» y «gran reemplazo», la supuesta criminalidad de menas y okupas o la llamada «ideología de género»: son narrativas que solo funcionan en la medida en que desempeñan una función psíquica para ciertos individuos. De ahí que la afinidad entre industria cultural y autoritarismo remita a una forma de apelar a necesidades psíquicas ampliamente extendidas que son resultado de las lógicas de socialización propias del capitalismo avanzado.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ ADORNO, Th. W., «Einleitung zum “Positivismusstreit in der deutschen Soziologie”», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 8. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 327.

¹⁸ SAFATLE, V., «A Molecular Counter-Revolution», en: *Crisis and Critique*, 11(1), 2024, p. 135.

¹⁹ *Ibid.*

En este contexto, conviene recordar que, en sus estudios sobre la agitación fascista, Adorno subrayó la estrecha afinidad entre las lógicas de la industria cultural y las del discurso autoritario. Ambas operan sobre la constitución psíquica de los individuos socializados, explotando «impulsos, conflictos e inclinaciones inconscientes», que manipulan y refuerzan en lugar de llevarlos a la conciencia²⁰. Adorno hablaba en este sentido de un «psicoanálisis a la inversa»²¹. Pues, en lugar de incitar a los individuos a reflexionar sobre las causas que los llevan a necesitar figuras con las que identificarse, a buscar refugio en ilusiones y ensueños, a demandar compensaciones para su narcisismo herido o estrategias que les permitan dar rienda suelta a la frustración y la rabia, se apela a estos anhelos y se ofrecen formas de satisfacerlos sin poner en peligro la adaptación a la realidad social. De este modo, la industria cultural y el autoritarismo deben su atractivo a las heridas que inflige la creciente desproporción entre los individuos debilitados y el todo social avasallador del que sus vidas dependen²². Sin embargo, las gratificaciones que ofrecen no proporcionan ningún remedio real a los sentimientos generalizados de descontento e impotencia; en realidad no pueden cumplir lo que prometen. De ahí que la cuestión fundamental sea entender las disposiciones subjetivas que están a la base de su persistente atractivo. En este sentido señalaba Adorno: «Puede que el secreto de la propaganda fascista sea que simplemente toma a los seres humanos por lo que son: los verdaderos hijos de la cultura de masas estandarizada que reina hoy en día, en gran medida desprovistos de autonomía y espontaneidad [...]. La propaganda fascista se limita a reproducir la mentalidad existente para sus propios fines»²³.

Curiosamente, esto sugiere que los rasgos psicológicos que subyacen a las disposiciones autoritarias no deberían entenderse como pertenecientes a un tipo de personalidad distinto —la llamada «personalidad autoritaria»²⁴—, sino más bien como una amplificación de determinados rasgos caratteriales ampliamente extendidos en la realidad social. No olvidemos que, según el diagnóstico de Adorno, la vida bajo el capitalismo avanzado estaba produciendo un nuevo tipo humano. Éste ya no podía entenderse desde los parámetros de la subjetividad burguesa, que comportaba una relativa autonomía, así como un cierto grado de capacidad de autodeterminación. En cambio, en la constelación social emergente, Adorno detectaba que «el individuo parece encaminarse hacia una situación en la que sólo puede sobrevivir si renuncia a su

²⁰ ADORNO, Th. W., «Zur Bekämpfung des Antisemitismus heute», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 20.1. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 366.

²¹ En realidad, esta expresión fue acuñada por Leo Löwenthal, *cfr.* LÖWENTHAL, L.: «Die Techniken des amerikanischen Agitators», en JANSEN, P. E. (ed.): *Das Utopische soll Funken schlagen*. Fráncfort: Klostermann, 2000, p. 122.

²² *Cfr.* MAISO, J., *Desde la vida dañada. La teoría crítica de Theodor W. Adorno*. Madrid: Siglo XXI, 2022, p. 195 ss.

²³ ADORNO, Th. W., «Freudian Theory and the Patterns of Fascist Propaganda», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 8. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 429.

²⁴ ADORNO, Th. W. et al, *The Authoritarian Personality*. Londres: Verso, 2019.

individualidad, difuminando la frontera entre el yo y su entorno y sacrificando gran parte de su independencia y autonomía²⁵. Ante la intransigencia con la que se imponían los imperativos del capital de los que depende la reproducción de su vida, los individuos apenas eran capaces de concebir objetivos más allá de su radio inmediato de acción y su adaptación a las condiciones dadas. De ahí que Adorno hablara de una situación en la que «la realidad está adquiriendo tal prepotencia que asfixia al Yo y corroe su constitución más íntima a través de un miedo realista»²⁶. El carácter *realista* de ese miedo resulta especialmente significativo: revela una condición de creciente vulnerabilidad y dependencia. En consecuencia, este nuevo tipo humano perdía tendencialmente su capacidad para resistir «el impacto del mundo social como un todo»²⁷. Esta es la condición subjetiva de la que se nutre la industria cultural y que el fascismo explota con fines políticos.

Podría decirse que esta interpretación de las disposiciones subjetivas que subyacen al atractivo de la industria cultural y el autoritarismo no es menos válida hoy en día. Pero, ¿cómo puede explicarse esto? Al fin y al cabo, el análisis de Adorno respondía a un horizonte histórico que ya no es el nuestro. Su premisa central era la integración de los individuos en un capitalismo cada vez más concentrado y estructurado verticalmente, basado en los pilares de la producción fordista, el pleno empleo y el consumo de masas. Su exigencia básica era la adaptación, que era el precio de la integración social. El capitalismo contemporáneo no es menos total, y el nivel de presión social que gravita sobre los individuos incluso se ha incrementado. Sin embargo, la integración social ya no está garantizada, ni siquiera a través del empleo, y el acceso a las necesidades más elementales —empezando por la vivienda— se sostiene cada vez más a través del endeudamiento privado y está seriamente amenazada para amplios segmentos de población. Por otra parte, el capitalismo avanzado parece haber agotado su capacidad para hacer frente a las múltiples crisis que lo asolan —socio-ecológicas, económicas, demográficas, de legitimación o reproductivas— y lograr reproducirse en condiciones que permitan una mínima estabilidad²⁸. En consecuencia, vivimos en un capitalismo de expectativas decrecientes, caracterizado por el estancamiento crónico, el endeudamiento progresivo y el aumento de la desigualdad²⁹. La competencia por acceder a recursos estratégicos y posicionarse en los nuevos enclaves de acumulación ha abierto un escenario marcado por conflictos y tensiones cada vez más explícitos. Nos sabemos abocados a catástrofes cada vez más devastadoras, pero la racionalidad

²⁵ ADORNO, Th. W., «Problem des neuen Menschentypus», en: *Current of Music*. Frankfurt: Suhrkamp, 2006, p. 462.

²⁶ *Ibid.*, p. 463.

²⁷ ADORNO, Th. W., *The Psychological Technique of M. Luther Thomas Radio Addresses*, en: *Gesammelte Schriften*, vol. 9. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 20.

²⁸ Cfr. Institut für Sozialforschung, *Perspectiven – Perspectives – Perspectivas. Working Paper # 20*. Frankfurt: Institut für Sozialforschung, 2023.

²⁹ STREECK, W., *¿Cómo terminará el capitalismo?* Madrid: Traficantes de sueños, 2017.

económica y el marco institucional vigente no parecen estar en condiciones de hacer nada por evitarlo. Pese a todo, sigue prevaleciendo la lógica del «no hay alternativa».

Este es el marco en el que florece el autoritarismo contemporáneo, cuyos rasgos ya no pueden comprenderse desde los patrones del fascismo clásico. Responde a un estrechamiento del horizonte histórico de expectativas y a los temores sobre lo que pueda deparar el futuro. Lejos quedan ya las promesas de un mundo pacificado y próspero gracias al libre mercado, que fueron el santo y seña de la propaganda neoliberal tras el fin de la Guerra Fría. Hoy la sostenibilidad de la vida ha entrado en conflicto abierto con lógica de la acumulación de capital³⁰. En este marco, el discurso autoritario asume que no es posible cambiar las bases de reproducción material de la sociedad y fomenta en sus adeptos actitudes defensivas, dirigidas a «conservar o restaurar privilegios o estatus, ya sean reales o imaginarios»³¹. Si el capitalismo ya no puede proveer para todos, se trata de salvar a una parte de la sociedad y dejar que el resto perezca³². Esa es su peculiar versión de lo que ha dado en denominarse «realismo capitalista». De ahí la militarización de las fronteras, las deportaciones masivas, pero también el colapso de las formas sociales de solidaridad, el aumento del odio racista y antifeminista y el nuevo culto a la virilidad³³. Así se fomentan formas de subjetividad acorazadas, dispuestas a hacer lo que sea preciso en la lucha descarnada por la supervivencia. En este marco de darwinismo social, la extrema derecha se funde con el neoliberalismo para ofrecer promesas de libertad basadas en la propiedad de uno mismo y el espíritu de emprendeduría: «Se trata de ampliar la “capacidad de elegir” de los individuos permitiéndoles luchar, a través de sus supuestos méritos y decisiones, por su propia supervivencia» o por su posición en el espacio social³⁴. A continuación, quisiera argumentar que la relación entre industria cultural y autoritarismo hoy debería analizarse a la luz de esta nueva constelación histórica.

* * *

En este contexto, las transformaciones más visibles implican una remodelación del mundo de la vida marcado por la emergencia de las tecnologías digitales y la comunicación electrónica. Esto implica también un cambio en la industria cultural. Si Adorno y Horkheimer habían identificado en la televisión

³⁰ ZAMORA, J. A., «Transformaciones actuales de la violencia sistémica», en: *IUS Criminale. Boletín de derecho penal*, 4, 2022, pp. 9-19.

³¹ TOSCANO, A., «The Fascism of our Times. Interview with F. Ruda and E. Hamza», en: *Crisis and Critique*, 11-1, 2024, p. 253.

³² SAFATLE, V., «Como construir esteticamente um povo: Sobre certo modernismo sombrio e sua atualidade», en: *Aisthesis*, 76, 2024, p. 248. <https://doi.org/10.7764/Aisth.76.11>

³³ CATALINA, C., «La herida de la integración fordista», en: VILLACAÑAS, J. L. y GARRIDO, A. (eds.): *Republicanismo, nacionalismo y populismo como formas de la política contemporánea*. Madrid: Dado, 2021, pp. 207-253.

³⁴ SAFATLE, V.: «A Molecular Counter-Revolution», o.c., p. 129.

una tendencia a la integración mediática³⁵, la digitalización lo ha conseguido hasta un punto que ellos no hubieran podido siquiera soñar. Periódicos, teléfono, radio, cine, juegos, música y telecomunicaciones convergen hoy en un único complejo integrado. «La unidad implacable de la industria cultural»³⁶ se realiza así de la manera más literal. Sin duda, la digitalización ha facilitado enormemente el acceso a los productos culturales, en muchos casos haciéndolos disponibles «gratis» —es decir, como soportes de publicidad—, y ha abierto enormes oportunidades para la autoexpresión y la comunicación virtual, acabando así —al menos en apariencia— con el papel puramente pasivo de los consumidores en la industria cultural «clásica». Pero estos procesos también han supuesto una concentración masiva de capital y poder. El capitalismo de plataformas surgió de la necesidad de relanzar la acumulación tras la crisis de 2008, tratando de responder a la crisis de rentabilidad de la manufactura capitalista, y articulando un nuevo modelo de negocio en torno a la capacidad de extraer y controlar una ingente cantidad de datos³⁷. La consolidación de este modelo echó por tierra las esperanzas surgidas en los primeros 2000 de que Internet pudiera fomentar formas de uso de la tecnología digital menos sujetas a los imperativos del capital. Para el capitalismo de plataformas, todo producto o actividad mediada digitalmente es un mero cebo dirigido a la extracción de datos y, como el consumo de sus productos genera a su vez nuevos datos, las plataformas se dedican a extraer, recolectar y procesar esos datos. La actividad de los usuarios se convierte así en su principal materia prima³⁸. En consecuencia, sus usuarios no son en realidad clientes, sino la fuente de excedente de una lógica fundamentalmente extractivista³⁹. De aquí surge una tendencia a la generación de monopolios cada vez más depredadores.

Aunque parece que las plataformas solo funcionan en respuesta a las órdenes de sus usuarios —por ejemplo, ofreciendo acceso instantáneo a cualquier «contenido» que se quiera disfrutar—, es precisamente su adopción de ese dócil espíritu de servicio lo que las coloca en una posición de poder⁴⁰. Las consultas, deseos e intereses de los individuos las proporcionan la materia prima que mantiene en marcha su proceso extractivo. De ahí el interés por mantener a los usuarios constantemente implicados en las plataformas, de que pasen el mayor tiempo posible en el espacio virtual, ansiosos de nuevos contenidos e interacciones y dejando un rastro de datos tras de sí. De hecho, las plataformas no manipulan ni subyugan a los usuarios: más bien los absorben⁴¹. El resultado es un proceso de monopolización sin precedentes de la experiencia, la conducta y las necesidades humanas. Pues las nuevas facilidades de acceso a los

³⁵ HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th. W., *o.c.*, p. 145.

³⁶ *Ibid.*, p. 144.

³⁷ SRNICEK, N., *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra, 2018, p. 13.

³⁸ *Ibid.*, p. 42.

³⁹ ZUBOFF, S., *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: Paidós, 2020.

⁴⁰ TÜRKKE, Ch., *Digitale Gefolgschaft*. Munich: Beck, 2019, p. 39.

⁴¹ *Ibid.*, p. 40.

productos culturales, así como las posibilidades de expresión y comunicación que ofrecen los entornos digitales, no van de la mano de una vida menos sometida a las coacciones del capital; todo lo contrario. El acceso a las plataformas y a sus formas de mediar contenidos adquiere la forma jurídica de una prestación de servicios condicionada a la aceptación de sus condiciones generales, que sancionan las condiciones de este nuevo extractivismo. Es desde este trasfondo que habría que evaluar las implicaciones de la creciente virtualización del mundo de la vida, especialmente entre las generaciones más jóvenes. En medio de procesos que convierten a los individuos en meros apéndices de procesos económicos y les vuelven cada vez más descartables en el ámbito laboral⁴², el presunto «empoderamiento» que ofrece la revolución digital es el reverso de nuevas lógicas de desposesión y de una fragilización de las condiciones de vida. Esto no afecta solo al estatuto de los sujetos como consumidores de servicios, o a las nuevas formas de trabajo y de ocio, sino que implica la entrada en una fase en la que el capital ya tiene acceso hasta al último rincón de la vida de los individuos⁴³. A la vez que ofrece ilusiones de soberanía —como las que brindan esos asistentes virtuales a los que basta hablar para que obedezcan—, genera condiciones de creciente impotencia ante un poder socio-económico cada vez más omnímodo.

Esta situación está en la base del florecimiento contemporáneo de la extrema derecha. Aunque el autoritarismo actual apela a la población afectada por estas circunstancias, no es un movimiento de masas en sentido clásico. Se dirige a «una amalgama de públicos fragmentados», marcados por «la desafección y la desafiliación»⁴⁴. Hoy, el autoritarismo prospera en un contexto definido por amenazas de desclasamiento y exclusión para amplios segmentos de la población. Sus formas de movilización colectiva operan en una situación social marcada por la difusa sensación de vulnerabilidad frente a poderes tan arrolladores como opacos, pero también la competencia despiadada y el miedo. Eso genera un público receptivo a narrativas de conspiraciones y amenazas que permitan concretar sus temores⁴⁵. Ese es el sustrato que permite que los mensajes de

⁴² ZAMORA, J. A., «Fuerza de trabajo excedente y lógica sistémica del descarte», en: *IViva*, 295, julio-septiembre 2023, pp. 127-132.

⁴³ ZAMORA, J. A., «¿Un sujeto algorítmico? Subjetivación en la era del capitalismo digital», ponencia en el VII Simposio Internacional de Filosofía Social y Política *Filosofía política para una crítica del capitalismo algorítmico*, celebrado los días 30 y 31 de mayo de 2024 en el Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC.

⁴⁴ TOSCANO, A., *o.c.*, p. 253.

⁴⁵ En este sentido, Naomi Klein ha señalado algunos de los motivos que otorgan cierta plausibilidad a discursos abiertamente paranoicos, como son los de los antivacunas o las conspiraciones sobre el 5G. Sin duda, los argumentos de estas teorías de la conspiración son infundados e insostenibles. Pero revelan temores difusos que no cabe desdeñar: la desconfianza ante la hipervigilancia tecnológica y la sensación de encontrarse completamente a merced de poderes opacos que a menudo actúan al margen de cualquier control legal. Por ello, en lugar de limitarnos a señalar el carácter irracional y a menudo delirante de esos posicionamientos, habría que entenderlos en el marco de una realidad social en la que se acepta

la extrema derecha contemporánea puedan difundirse y calar entre amplios estratos de población y en distintos entornos sociales⁴⁶. En este sentido, Bruna Della Torre ha señalado que la industria cultural digital, y especialmente las redes sociales, han sustituido al partido de masas tradicional en la articulación y difusión de actitudes y disposiciones autoritarias. Lo que emerge aquí es toda una nueva forma de organización social y política⁴⁷. Sus modos de comunicación globales, instantáneos y sin restricciones han creado un nuevo potencial para movilizar a un gran número de individuos anónimos y desarticulados. Ahora los agitadores antidemocráticos ya no necesitan «acudir presencialmente a escuelas, iglesias, emisoras de radio, fábricas, estudios de televisión y otros espacios cuyo acceso [está] limitado y regido por normas específicas»⁴⁸. Sus formas de agitación ya no se encuentran con este tipo de barreras; en cambio, las redes sociales les permiten una presencia prácticamente ubicua, una comunicación instantánea y una capilaridad social infinitamente mayor. A través de los entornos digitales, el discurso de la extrema derecha puede dirigirse directamente a los átomos sociales, manteniéndolos implicados en sus narrativas y mensajes, alimentando sus ansiedades y resentimientos, y movilizándolos para acciones puntuales cuando es necesario. Paradójicamente, pese a que se dirige a sujetos desarticulados, su lógica comunicativa suscita en sus adeptos una ilusión de inclusión y participación; las formas de interacción digital les permiten sentirse más cerca que nunca de sus caudillos⁴⁹. Por otra parte, en los entornos virtualizados de la comunicación digital adoptar posiciones de extrema derecha —algo que hasta hace poco era tabú— ya no requiere las formas tradicionales de compromiso e implicación política: basta consumir determinados contenidos, postear ciertos videos, o simplemente dar al *like*. En consecuencia, la adhesión a actitudes violentas, excluyentes y conspiranoicas requiere cada vez menos de una ética de la convicción: es suficiente con usarlas para afirmar

como algo normal que las compañías de gas sigan insistiendo en que el fracking es seguro, Monsanto maniobre para retrasar lo más posible las tentativas de prohibir sus herbicidas y las grandes empresas farmacéuticas hayan tenido un papel central en la crisis de los opiáceos en Estados Unidos (KLEIN, N.: *Doppelganger. A Trip Into the Mirror World*, Allen Lane, Londres 2023). Por tanto, las disposiciones paranoicas que han sido un caladero importante para la nueva extrema derecha no son solo un síntoma de delirio. Reflejan la sensación de vulnerabilidad e indefensión de muchos individuos frente a poderes cada vez más omnímodos que se imponen unilateralmente sobre sus vidas. Solo que, en lugar de convertir esa situación en el primer paso hacia una organización colectiva que permita hacer frente a sus causas, esa sensación se canaliza hacia un rechazo tan visceral como abstracto que cristaliza en fantasías complotistas y en la nostalgia de líderes fuertes a los que no les tiembla la mano y puedan ofrecerles una sensación de amparo y protección en un momento en el que todo parece caerse en pedazos.

⁴⁶ MOORE, R. & ROBERTS, A., *Post-Internet Far Right*. Londres: Dog Section Press, 2022, p. 83 ss.

⁴⁷ DELLA TORRE, B., «Plattform-Neofaschismus. Digitale Kulturindustrie und die extreme Rechte», en: *WestEnd. Neue Zeitschrift für Sozialforschung*, 02-2024, p. 32.

⁴⁸ DELLA TORRE, B., «Culture Industry», o.c.

⁴⁹ DELLA TORRE, B., «Plattform-Neofaschismus», o.c., p. 46.

ciertas necesidades psíquicas. De ahí que las manifestaciones de carácter fascista o autoritario aparezcan a menudo mediadas por el humor, el chiste o la distancia cínica propia de quien no acaba de dar crédito a lo que afirma⁵⁰. Se trata de la vieja estratagema de un discurso presuntamente rebelde que busca afirmarse, pero no quiere entrar en conflicto abierto con la norma social⁵¹. Y es que su sustrato sigue siendo un yo debilitado y dependiente. En consecuencia, la dimensión colectiva del autoritarismo contemporáneo se mantiene unida en buena medida en base a resentimientos privados, odios compartidos, instintos de autoconservación y la necesidad ampliamente extendida de transformar sentimientos latentes de impotencia en una ilusión de omnipotencia. Por lo demás, la extrema derecha se dirige a una masa no articulada de individuos relativamente aislados en la que, por regla general, cada cual lucha por sí mismo y contra todos los demás.

En consecuencia, la sociabilidad que mejor toleran estos individuos es la sociabilidad virtual. La industria cultural digital se aprovecha de ello. Se dirige a esta masa disgregada y la transforma en un colectivo informal, produciendo, movilizando y dirigiendo su fuerza hacia objetivos cambiantes. Así funcionaron, por ejemplo, los ataques contra migrantes y refugiados en Southport en verano de 2024. En ellos se movilizó a cientos de personas a partir de la difusión de una noticia falsa en canales y cuentas de extrema derecha que señalaba a un solicitante de asilo como presunto responsable de un ataque en el que murieron tres niños. El que la información fuera falsa no impidió que surtiera efecto. Pero, más allá del foco en la difusión de *fake news*, resulta importante atender también al modo en que los mecanismos de la industria cultural digital articulan estímulos y respuestas, estructurando la atención y la receptividad, y produciendo así las lógicas subyacentes de la sociabilidad. Pues en el capitalismo de la atención lo único que cuenta es la capacidad de generar tráfico, clicks e interacciones digitales (*likes*, *reposts*, comentarios, etc.), así como capacidad de crear tendencia⁵². En este sentido, los contenidos que generan polarización y los discursos de odio han demostrado ser especialmente eficaces para crear sentimientos más fuertes de comunidad y lograr visibilidad en los entornos altamente atomizados de las redes sociales⁵³; son ellos los que generan más rápidamente respuestas e interacción⁵⁴. Pero, a un nivel más general, la proliferación de teorías de la conspiración, bulos y desinformación son fenómenos que evidencian la creciente omnipotencia de la «opinión» como clave fundamental desde la que hoy los individuos se posicionan cognitivamente ante la realidad y

⁵⁰ Cfr. SAFATLE, V., «Como construir esteticamente um povo», *o.c.*, p. 250.

⁵¹ CLAUSSEN, D., *Grenzen der Aufklärung. Die gesellschaftliche Genese des modernen Antisemitismus*. Frankfurt: Fischer, 2005, p. 21 s.

⁵² DELLA TORRE, B., «Plattform Neofaschismus», *o.c.*, p. 45; KLEIN, *o.c.*

⁵³ WEIGEL, M. & GITOMER, A., «Hate-sharing: A case study of its prevalence and impact on Gab», en: *New Media & Society*, 0(0), 2024. <https://doi.org/10.1177/14614448241245349>

⁵⁴ ZUBOFF, S., *o.c.*

ejercen una presunta soberanía sobre su mundo de experiencia⁵⁵. Pero aquí la «opinión» ya no es un primer paso hacia el conocimiento autónomo, sino que cumple una función principalmente psicológica. Posiciona al individuo dentro de una comunidad imaginada de personas con ideas afines y, al mismo tiempo, le libera de la exigente tarea de enfrentarse críticamente con la realidad. En el momento en que la «opinión» pasa a percibirse como parte esencial de la propia identidad, uno se resistirá a cualquier cosa que pueda cuestionarla, atrincherándose así en sus delirios privados. Desde el punto de vista psíquico, el hecho de que esas opiniones a menudo carezcan de toda coherencia no implica ningún lastre; al contrario: esa inconsistencia permite una mayor libertad soberana de acción. Al fin y al cabo, una de las funciones clásicas de la industria cultural consistía en abrir espacios de fantasía y ensorfiación en los que la verdad de los hechos pudiera ceder frente a la pujante verdad del deseo⁵⁶. Hoy esta lógica se ve reforzada por la creciente fragmentación del acceso a la «información». La determinación algorítmica de lo que llega al *feed* de cada usuario refuerza una tendencia hacia «la circularidad de los contenidos y la exclusión de todo lo diverso, facilitando así la formación de burbujas y de lo que, en el lenguaje francfortiano, se llamaban los *in-groups* y *out-groups*»⁵⁷. Todo ello ofrece una coyuntura adecuada para que la difusión de bulos, infundios y narrativas deliberadamente distorsionadas pueda surtir su efecto, y eso favorece principalmente a la nueva extrema derecha.

Sin embargo, el impacto de la industria cultural digital tiene implicaciones de más largo alcance. Su eficacia radica en que su forma específica de mediación y la gramática comunicativa que impone se asumen como «naturales». Ya Adorno había señalado cómo, a la vez que se convertía en «el altavoz universal del *Führer*», la radio se presentaba como «una autoridad desinteresada, por encima de los partidos»⁵⁸. Con las redes sociales ocurre algo parecido. Si bien se presentan como una especie de esfera pública de acceso libre y gratuito, en la que todos pueden hablar y que ofrece acceso a casi cualquier «contenido» cultural o político, en realidad operan desde una lógica que vela ante todo por intereses privados y privativos⁵⁹. Eso también tiene una incidencia política. Aunque hoy la gramática de la comunicación digital está plenamente naturalizada, todo el sistema de *likes*, *shares*, *follows*, *reposts* y otras interacciones similares establece un régimen de visibilidad y relevancia que moldea la estructura fundamental de la sociabilidad y el discurso. Su lógica se basa en el *clickbait* y la viralidad, principios que provienen del marketing y favorecen un flujo ininterrumpido de estímulos. El número de clicks, el impacto emocional y las formas de garantizar la propia presencia se convierten en los vectores que rigen toda comunicación y

⁵⁵ RUSSELL, E. J., «Certainty in an Uncertain World: Toward a Critical Theory of Opinion», en: *Critical Sociology*, vol. 50 (4-5), 2024, pp. 691-706. <https://doi.org/10.1177/089692052312148>

⁵⁶ SAFATLE, V., «Como construir esteticamente um povo», *o.c.*, p. 250.

⁵⁷ DELLA TORRE, B., «Plattform Neofaschismus», *o.c.*, p. 48.

⁵⁸ HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th. W., *o.c.*, p. 182.

⁵⁹ DELLA TORRE, B., «Plattform Neofaschismus», *o.c.*, p. 42.

en el único criterio para juzgar cualquier contenido. Más allá de que esa lógica favorezca estrategias de personificación y *branding*, su gramática comunicativa funciona a través del shock. Benjamin ya había detectado esa tendencia en las lógicas de los viejos noticiarios⁶⁰, pero ahora se ha alcanzado un nuevo umbral. Ya en 2019, la duración media de un *trending topic* en las primeras posiciones del ranking de la red social Twitter era de apenas 85,6 minutos⁶¹. Si no quieren quedar desplazados, periodistas e intelectuales se ven forzados a ir a la zaga de esta dictadura de la actualidad, hablando de lo que toque en cada momento. En consecuencia, las capacidades comunicativas se escinden cada vez más del conocimiento y la cualificación, es decir: de lo que justificaría tener algo que comunicar. En todo caso, la capacidad de todo «contenido» para generar discusión se agota en un tiempo muy corto, y enseguida queda suplantado por la siguiente novedad. Pero con cada nuevo shock comunicativo, con cada nuevo tema que centra la atención y el discurso, se van erosionando los muros a cuyo amparo podía germinar aún la experiencia⁶². En la medida en que no puede convertirse en carburante para esta lógica a la caza de clicks y followers, se diría que la realidad apenas puede aspirar aún a ser percibida —no digamos ya articulada en una experiencia coherente y sostenida en el tiempo.

El resultado es una reconfiguración de toda la estructura de la sensibilidad y el afecto. Según Vladimir Safatle, el principal efecto de esta reconfiguración es la insensibilización, una receptividad embotada, un estado caracterizado por la incapacidad de sentir y percibir:

El entumecimiento inducido por la repetición y la velocidad, la indiferencia provocada por el sometimiento de toda singularidad al mismo régimen de visibilidad, regido por los mismos principios de impacto, comprensión inmediata y espectáculo, junto con el culto de la *performance* que impregna tanto el entretenimiento como el deporte. Aunque no nos hayamos percatado plenamente de ello, estos elementos constituyen los cimientos de una subjetividad dispuesta para la guerra⁶³.

Esta observación merece atención. En primer lugar, porque la guerra es una forma de gobernar las crisis, también en el nivel micro del darwinismo social que dirime quiénes se hunden y quiénes se salvan. Pero también porque algunas de las manifestaciones más crudas y alarmantes de esta «subjetividad dispuesta para la guerra» han convertido el culto de la *performance* en una brutal prolongación de la diversión. Pensemos en los vídeos que ciertos TikTokers israelíes publicaron en los primeros meses de asedio sobre Gaza imitando el formato de los videoclips, donde aparecían bailando y cantando disfrazados de

⁶⁰ BENJAMIN, W., «Über einige Motive bei Baudelaire», en: *Gesammelte Schriften*, vol. I. Frankfurt: Suhrkamp, 1991, p. 610 ss.

⁶¹ ANNAMORADNEJAD, I. & HABIBI, J., «A Comprehensive Analysis of Twitter Trending Topics», en: 5th International Conference on Web Research (ICWR), Tehran, Iran, 2019, pp. 22-27, doi: 10.1109/ICWR.2019.8765252

⁶² ADORNO, Th. W., *Minima Moralia*, o.c., p. 60.

⁶³ SAFATLE, V., «Como construir esteticamente um povo», o.c., p. 247.

palestinos, burlándose de su vestimenta, de su aspecto físico y, en último término, de su condición de víctimas. O en los soldados de las IDF que convirtieron la devastación de Gaza en clips de entretenimiento para sus redes sociales. Se filmaron saqueando viviendas mientras bailaban ante las cámaras, posando con gestos burlones en escuelas destrozadas, celebrando cómo dinamitaban edificios residenciales al son de la música y brindando ostentosamente ante los escombros, ridiculizando la ropa interior femenina que habían saqueado en hogares palestinos, o recreándose mientras humillaban a detenidos indefensos. Son imágenes de ensañamiento que —como dijera Susan Sontag en otro contexto— ilustran «tanto la cultura de la desvergüenza como la celebración de la brutalidad contumaz»⁶⁴. Se trata de actos que tienden a banalizarse «como una animada travesura y como un desahogo»⁶⁵. En todo caso, no es casual que el sadismo aparezca codificado como diversión y entretenimiento, bajo la fórmula de la «válvula de escape». Eso revela también el carácter de esa emergente «subjetividad dispuesta para la guerra». Encarna los rasgos más nocivos de la subjetivación neoliberal: una necesidad de autoafirmación violenta y brutal, una interiorización ciega de la competencia feroz y un obstinado deseo de prever que obtiene su mayor satisfacción humillando a quienes percibe como «perdedores». Pues, al fin y al cabo, «se lo merecen».

Hoy en día, las incitaciones a ser «duro y despiadado», a «actuar de forma más rápida y brutal que los otros» o simplemente a «evitar toda compasión» son moneda corriente entre quienes aspiran al éxito social y económico. Pero resulta revelador que estas fueran las mismas consignas que recibieron los soldados de la Wehrmacht al comienzo de la Segunda Guerra Mundial⁶⁶. Esta anécdota evidencia algunas afinidades entre los tipos de disposición subjetiva que operan tanto en las guerras de aniquilación como en los criterios para triunfar en el capitalismo contemporáneo. En cierto modo, su lógica de competencia también asimila la guerra al deporte⁶⁷. No solo porque la disciplina deportiva aspira a endurecer el cuerpo, convirtiéndolo en una maquinaria de rendimiento y autosuperación, sino también porque su noción de competición ampara una agresividad más desinhibida, que asume que los perdedores merecen perder. Y es que hoy el darwinismo social se camufla bajo el principio ideológico de la meritocracia⁶⁸. En un mundo cada vez más atravesado por la competencia descarnada y que no tiene miramientos con quienes quedan descolgados, el mensaje tácito que se transmite a quienes aún tienen algo que

⁶⁴ SONTAG, S., «Ante la tortura de los demás», en: *Al mismo tiempo*. Barcelona: De Bollido, 2014, p. 145.

⁶⁵ *Ibid*, p. 144.

⁶⁶ EISENBERG, G., *Zwischen Amok und Alzheimer. Zur Sozialpsychologie des entfesselten Kapitalismus*. Frankfurt: Brandes & Apsel, 2015, p. 223.

⁶⁷ VAZ, A. F., «Esporte: Encontro entre corpo, técnica e tecnologia», en: *Cadernos de Formação RBCE*, vol. 7, n.2, 2016, pp. 88-96.

⁶⁸ CATALINA, C., «Trabajo, desposesión y sufrimiento en el capitalismo. De la crisis del mundo liberal al neoliberalismo», en: *Bajo Palabra*, 33, 2023, p. 67. <https://doi.org/10.15366/bp2023.33.002>

perder es claro: «Empuña el arma. Acepta los barrotes. Fortifica tu cápsula de salvamento y tus fronteras. Perfecciona a tus hijos. Protege tu marca. Ignora las zonas de sombra. Hazte la víctima»⁶⁹. En este sentido, hoy las inercias socializadoras y sus efectos sobre la cultura y la sociabilidad favorecen disposiciones afines a la extrema derecha. Pues si —como dijera Adorno— el autoritarismo «sólo tiene que reproducir la mentalidad existente para sus propios fines», su lógica no solo arraiga en formas de violencia y agresión explícita, sino también en dimensiones aparentemente banales de la cotidianidad⁷⁰. En efecto, hoy la presunta «meritocracia» neoliberal no garantiza recompensa alguna para el sacrificio y el esfuerzo, pero sí penaliza el fracaso⁷¹. El capitalismo actual ya no articula ninguna promesa de prosperidad y bienestar inclusivo; su mensaje es más bien que no hay para todos. Eso exige introyectar el principio de competencia. De ahí que el modelo de autoritarismo resultante no solo se dirija a afirmar los propios privilegios en la pugna por acceder al empleo, las prestaciones y los recursos —por ejemplo, a través de posiciones exclusivistas, supremacistas y xenófobas—, sino también a cuestionar «cualquier tipo de institucionalidad basada en principios de solidaridad inclusiva»⁷². Toda denuncia de desigualdad e injusticia que no se viva en primera persona cae bajo la acusación de ser *woke* o simplemente hipócrita. Esas tendencias son sintomáticas de toda una reconfiguración cultural que ha incidido en la estructura misma de los afectos y en el marco de la sensibilidad sobre el que se configura la política, que una vez volcada a su lógica de atomización y de guerra puede desentenderse del cuidado de un mundo compartido. En este proceso la industria cultural y su «religión del éxito»⁷³ han tenido un papel muy destacado.

Ya el propio Adorno había señalado que la industria cultural no ofrecía únicamente formas de evadirse de una realidad hostil, sino también un «*training* para la vida»⁷⁴. En este contexto, las posibilidades de autoexhibición que ofrecen las redes sociales, completamente atravesadas por el lenguaje de la publicidad y la pugna por captar la atención, encajan bien en una lógica neoliberal donde la economización de todas las esferas de la vida converge con la naturalización de la competencia despiadada. Se trata de una especie de continuación de la guerra por otros medios. De ahí la proliferación de YouTubers e influencers que promueven «la asunción sin complejos del darwinismo social, la cultura del esfuerzo y la responsabilidad individual del fracaso. Lo auténtico se presenta aquí como la aceptación realista de las condiciones sociales actuales,

⁶⁹ KLEIN, *o.c.*

⁷⁰ ZAMORA, J. A., «De los extremos al centro: clases medias, “normalidad democrática” y populismo autoritario», en: *IViva*, 278, abril-junio 2019, pp. 79-88.

⁷¹ CATALINA, C., «No hay vida justa en lo falso», en: *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, vol. 14, 2022, p. 255.

⁷² CATALINA, C., «La herida de la integración fordista», *o.c.*, p. 215.

⁷³ HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th. W., *o.c.*, p. 168.

⁷⁴ ADORNO, Th. W., «Das Schema der Massenkultur», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 3. Frankfurt: Suhrkamp, 2003, p. 330.

de la realidad “tal y como es”: competitiva, excluyente, despiadada»⁷⁵. Pero no es solo una cuestión de quienes promueven abiertamente el darwinismo social y la militarización de las subjetividades. Toda la gramática comunicativa de las redes sociales alienta a los individuos a volcarse en su propio *branding* e intentar «convertirse en un aparato adecuado a los fines del éxito»⁷⁶. Se diría que, tras el proclamado ocaso de las ideologías y de los grandes relatos, en el capitalismo del «no hay alternativa» la única gramática que rige es la del marketing⁷⁷, y eso afecta tanto a la política como a la subjetividad. Hoy la relación con las celebridades de la industria cultural ya no es puramente contemplativa. No está basada tan solo en la admiración, o en la identificación con ellas, sino en el intento de mimetizar activamente la lógica de la celebridad y el éxito. Ya se ha señalado cómo las redes sociales han permitido que cada cual se convierta en su propia estrella, en su propio héroe y también en su propio —y tal vez único— fan: cada cual puede convertirse en su propia industria cultural casera⁷⁸. Esto hace que los individuos sean infinitamente vulnerables en su búsqueda de atención y validación social, con resultados cuantificables en términos de *likes* y *followers*. El resultado es «una síntesis sin precedentes de confianza y ansiedad social, una disposición infantil que hace de la gratificación instantánea una virtud y de la ausencia de público un vicio»⁷⁹.

Walter Benjamin escribió en una ocasión que la reproducción masiva de imágenes está estrechamente vinculada a la reproducción masiva de actitudes y disposiciones humanas⁸⁰. Hoy un simple vistazo a Instagram o TikTok permite ratificar esa intuición. No solo por la estandarización cada vez más patente de las formas de posado, expresión y puesta en escena, sino ante todo por el hecho de que todo el régimen de visibilidad incita a los individuos a destacar y a probarse merecedores de ser admirados, seguidos, envidiados e imitados. En un mundo cada vez menos inclusivo, los individuos buscan ser reconocidos, pero no tanto por lo que realmente son, sino por el grado en que logran encarnar rasgos socialmente valorados. Podríamos decir que se trata de un caso paradigmático de identificación con el agresor⁸¹. En este sentido, ya en 1930 Siegfried Kracauer había detectado que la condición de desamparo y fragilidad

⁷⁵ CATALINA, C., «Elementos de la subjetividad neoliberal desde G. Debord», en: RIVERA, A. y PELLICER PLANELS, M. (eds.): *Crítica de la subjetividad neoliberal*. Madrid: Guillermo Escolar, 2024, p. 66.

⁷⁶ HORKHEIMER, M. y ADORNO, Th. W., *o.c.*, p. 191.

⁷⁷ SANTORO, *o.c.*, p. 196.

⁷⁸ KURZ, R., «Kulturindustrie in 21. Jahrhundert», en: *Exit. Krise und Kritik der Warengesellschaft*, vol. 9, 2012, p. 83.

⁷⁹ RUSSELL, E. J., «Empowerment. An Infantile Disorder», en: *Cured Quail*, vol. 2, 2020, p. 127.

⁸⁰ BENJAMIN, W. en: TIEDEMANN, R. y SCHWEPPENHÄUSER, H., «Anmerkungen des Herausgebers», en: BENJAMIN, W., *Gesammtene Schriften*, vol. 1-3. Frankfurt: Suhrkamp, 1991, p. 1042.

⁸¹ Cfr. GANDESHA, S., «“Identifying With the Aggressor”: From the Authoritarian to Neoliberal Personality», en: *Constellations*, volume 25, Issue 1, 2018, pp. 147-164. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12338>

de los asalariados urbanos les incitaba a buscar formas de evadirse de su existencia material y efectiva, y encontraban un refugio imaginario en las imágenes de la publicidad y las revistas, los ensueños del cine y las canciones de moda. Lo que les atraía era lo que Kracauer denomina el «brillo»⁸². Este no consiste tanto en algo tangible como en una especie de sensación vital anhelada: la de poder transportarse a un lugar del espacio social donde uno pueda sentirse a salvo de las coacciones y exigencias del orden vigente, y en cambio disfrutar de sus presuntas prerrogativas. De ese anhelo viven buena parte de las gratificaciones de la industria cultural y sus mecanismos de proyección e identificación. Pero hoy la situación ha adquirido matices distintos. El brillo es un halo que envuelve la validación social, y en el capitalismo contemporáneo los motivos del reconocimiento y el éxito se amalgaman con el marketing de uno mismo en una lógica de darwinismo social. Hoy, si uno quiere brillar, ha de aprender a concebirse a sí mismo como un punto de intersección entre tendencias del mercado, esencialmente como capital humano encargado de gestionar sus propios recursos, talentos naturales y habilidades adquiridas. Sin embargo, más que el mérito individual, lo que hoy permite convertirse en una encarnación válida del éxito social es la capacidad de adaptarse y anticiparse a las cambiantes tendencias de lo socialmente reconocido, junto con el desarrollo de habilidades de comunicación a la altura de las demandas de la interacción digital. En cualquier caso, incluso en el mejor de los escenarios posibles —por ejemplo, lograr convertirse en un codiciado *influencer*—, la lógica social sólo puede ofrecer un éxito frágil, inestable y, en la mayoría de los casos, efímero. La amenaza de volver a hundirse en la irrelevancia acompaña a las formas contemporáneas de éxito como una sombra.

En este sentido, lo que subyace a la «religión del éxito» no es sino el miedo al fracaso. La eficacia de sus ritos arraiga en el creciente desequilibrio entre el poder social concentrado y la impotencia individual, que constituye la base de las gratificaciones que hoy ofrecen tanto la industria cultural como el autoritarismo. Estos, al igual que la publicidad misma, no ofrecen tanto una gratificación real como su promesa. Su atractivo opera en un contexto marcado por la creciente incapacidad del capitalismo para estabilizarse y la ansiedad que genera una situación en la que la adaptación, el trabajo duro y el esfuerzo ya no garantizan la permanencia en el lado amable del capitalismo existente, que sigue marcando sus lindes con alambres de espino. Esta situación se cobra su precio psíquico en términos de impotencia y resentimiento, rabia y frustración. A medida que las relaciones de desposesión se intensifican y la competencia se hace cada vez más despiadada, el evangelio del éxito aspira a convertir la miseria en esplendor, la fragilización en empoderamiento. Es la misma lógica de la movilización autoritaria, que —como Detlev Claussen señalara en una ocasión⁸³— pretende

⁸² KRACAUER, S., *o.c.*, p. 205 ss.

⁸³ CLAUSSEN, D., «Konformistische Identität», en: SCHWEPPENHÄUSER, G. (ed.), *Soziologie im Spätkapitalismus*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1995, p. 30.

fomentar la autoafirmación sin permitir ninguna autoconciencia. Al explotar los anhelos generalizados de libertad y autorrealización, esta lógica convierte estos deseos en eslóganes que autorizan la plena expresión de las necesidades libidinales en condiciones de competencia brutal. El darwinismo neoliberal es la doctrina práctica de la «subjetividad dispuesta para la guerra» del mundo contemporáneo. Sus manifestaciones, tanto en la industria cultural digital como en las nuevas formas de autoritarismo, revelan una estructura omnipresente de subjetividad caracterizada por el empobrecimiento de la experiencia y el temor fundado a la exclusión y a la muerte social en un mundo en el que al último le muerden los perros. Una subjetividad que, actuando en pos del brillo y del éxito, reproduce una lógica de violencia y barbarie.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Th. W. (2003). «Das Schema der Massenkultur», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 3. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 299-335.
- Adorno, Th. W. (2003). *The Psychological Technique of M. Luther Thomas Radio Addresses*, en: *Gesammelte Schriften*, vol. 9. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 7-141.
- Adorno, Th. W. (2003). *Minima Moralia*, en: *Gesammelte Schriften*, vol. 4. Frankfurt: Suhrkamp.
- Adorno, Th. W. (2003). «Freudian Theory and the Patterns of Fascist Propaganda», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 8. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 408-433.
- Adorno, Th. W. (2003). «Prolog zum Fernsehen», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 10.2. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 507-517.
- Adorno, Th. W. (2003). «Zur Bekämpfung des Antisemitismus heute», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 20.1. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 360-383.
- Adorno, Th. W. (2003). «Einleitung zum "Positivismusstreit in der deutschen Soziologie"», en: *Gesammelte Schriften*, vol. 8. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 280-353.
- Adorno, Th. W. (2006). «Problem des neuen Menschentypus», en: *Current of Music*. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 650-660.
- Adorno, Th. W. et al (2019). *The Authoritarian Personality*. Londres: Verso.
- Annamoradnejad, I. & Habibi, J. (2019). «A Comprehensive Analysis of Twitter Trending Topics», en: 5th International Conference on Web Research (ICWR), Tehran, Iran, pp. 22-27, doi: 10.1109/ICWR.2019.8765252.
- Benjamin, W. (1991). «Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit», en: *Gesammelte Schriften*, vol. I. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 471-508.
- Benjamin, W. (1991). «Über einige Motive bei Baudelaire», en: *Gesammelte Schriften*, vol. I. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 605-653.
- Benjamin, W. (1983). *Das Passagen-Werk*, en: *Gesammelte Schriften*, vol. V. Frankfurt: Suhrkamp.
- Benjamin, W. (1991). «Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Technichsen Reproduzierbarkeit (zweite Fassung)», en: *Gesammelte Schriften*, vol. VII. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 350-384.
- Catalina, C. (2021). «La herida de la integración fordista», en: Villacañas, J. L. y Garrido, A. (eds.): *Republicanismo, nacionalismo y populismo como formas de la política contemporánea*. Madrid: Dado Ediciones, pp. 207-253.

- Catalina, C. (2022). «No hay vida justa en lo falso», en: *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, vol. 14, pp. 248-297.
- Catalina, C. (2023). «Trabajo, desposesión y sufrimiento en el capitalismo. De la crisis del mundo liberal al neoliberalismo», en: *Bajo Palabra*, 33, pp. 49-80. <https://doi.org/10.15366/bp2023.33.002>
- Catalina, C. (2024). «Elementos de la subjetividad neoliberal desde G. Debord», en: Rivera, A. y Pellicer Planells, M. (eds.): *Crítica de la subjetividad neoliberal*. Madrid: Guillermo Escolar, pp. 55-70.
- Catalina, C. (2025). «Sobre algunos motivos de la protohistoria de la modernidad en W. Benjamin», en: Pereira González, Z. y Villalba Muñoz, F. (eds.), *Miradas desde la crítica*. Valencia: Ediciones Universidad Politécnica de Valencia, pp. 47-78.
- Claussen, D. (1995). «Konformistische Identität. Zur Rolle der Sozialpsychologie in der Kritischen Theorie», en: Schweppenhäuser, G. (ed.), *Soziologie im Spätkapitalismus*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, pp. 27-40.
- Claussen, D. (2005). *Grenzen der Aufklärung. Die gesellschaftliche Genese des modernen Antisemitismus*. Frankfurt: Fischer.
- Della Torre, B. (2023). «Culture Industry: A (Political) Research Agenda for Critical Theory», en: *Global Dialogue: Magazine of the International Sociological Association*, November 08.
- Della Torre, B. (2024). «Plattform-Neofaschismus. Digitale Kulturindustrie und die extreme Rechte», en: *WestEnd. Neue Zeitschrift für Sozialforschung*, pp. 31-51.
- Eisenberg, G. (2015). *Zwischen Amok und Alzheimer. Zur Sozialpsychologie des entfesselten Kapitalismus*. Frankfurt: Brandes & Apsel.
- Gandeha, S. (2018). «“Identifying With the Aggressor”: From the Authoritarian to Neoliberal Personality», en: *Constellations*, volume 25, Issue 1, pp. 147-164. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12338>
- Horkheimer, M. & Adorno, Th. W. (2003). *Dialektik der Aufklärung*, en: Th. W. Adorno, *Gesammelte Schriften*, vol. 3. Frankfurt: Suhrkamp.
- Institut für Sozialforschung (2023). *Perspectiven – Perspectives – Perspectivas. Working Paper # 20*. Frankfurt: Institut für Sozialforschung.
- Klein, N. (2023). *Doppelganger. A Trip Into the Mirror World*. Londres: Allen Lane.
- Kracauer, S. (2009). *Los empleados*. Barcelona: Gedisa.
- Kurz, R. (2012). «Kulturindustrie in 21. Jahrhundert», en: *Exit. Krise und Kritik der Warengesellschaft*, vol. 9, pp. 59-100.
- Löwenthal, L. (2000). «Die Techniken des amerikanischen Agitators», en: Jansen, P. E. (ed.): *Das Utopische soll Funken schlagen*. Frankfurt: Klostermann, pp. 115-123.
- Maiso, J. (2018). «Industria cultural. Historia y actualidad de un concepto crítico», en: *Escritura e imagen*, vol. 14, pp. 133-148. <https://doi.org/10.5209/ESIM.62767>
- Maiso, J. (2022). *Desde la vida dañada. La teoría crítica de Theodor W. Adorno*. Madrid: Siglo XXI.
- Moore, R. & Roberts, A. (2022). *Post-Internet Far Right*. Londres: Dog Section Press.
- Russell, E. J. (2020). «Empowerment. An Infantile Disorder», en: *Cured Quail*, vol. 2, pp. 126-153.
- Russell, E. J. (2024). «Certainty in an Uncertain World: Toward a Critical Theory of Opinion», en: *Critical Sociology*, vol. 50 (4-5), pp. 691-706. <https://doi.org/10.1177/089692052312148>
- Safatle, V. (2024). «A Molecular Counter-Revolution», en: *Crisis and Critique*, 11(1), pp. 120-141.

- Safatle, V. (2024). «Como construir esteticamente um povo: Sobre certo modernismo sombrio e sua atualidade», en: *Aisthesis*, 76, pp. 240-251. <https://doi.org/10.7764/Aisth.76.11>
- Santoro, G. (2014). «Italy from Berlusconi to Grillo», en: *Cultural Critique*, 87, Spring pp. 193-202. <https://doi.org/10.5749/culturalcritique.87.2014.0193>
- Sontag, S. (2014). «Ante la tortura de los demás», en: *Al mismo tiempo*. Barcelona: De Bolsillo, pp. 137-151.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Steinert, H. (2002). *Kulturindustrie*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Streeck, W. (2017). *¿Cómo terminará el capitalismo?*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Tiedemann, R. y Schweppenhäuser, H. (1991). «Anmerkungen des Herausgebers», en: Benjamin, W.: *Gesammtene Schriften*, vol. 1-3. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 797-1272.
- Toscano, A. (2024). «The Fascism of our Times. Interview with F. Ruda and E. Hamza», en: *Crisis and Critique*, 11-1, pp. 252-261.
- Türcke, Ch. (2019). *Digitale Gefolgschaft*. Munich: Beck.
- Vaz, A. F. (2016). «Esporte: Encontro entre corpo, técnica e tecnologia», en: *Cadernos de Formação RBCE*, vol. 7, n.2, pp. 88-96.
- Weigel, M. & Gitomer, A. (2024). «Hate-sharing: A case study of its prevalence and impact on Gab», en: *New Media & Society*, 0(0), <https://doi.org/10.1177/14614448241245349>
- Zamora, J. A. (2019). «De los extremos al centro: clases medias, “normalidad democrática” y populismo autoritario», en: *IViva*, 278, abril-junio, pp. 79-88.
- Zamora, J. A. (2022). «Transformaciones actuales de la violencia sistémica», en: *IUS Criminale. Boletín de derecho penal*, 4, pp. 9-19.
- Zamora, J. A. (2023). «Fuerza de trabajo excedente y lógica sistémica del descarte», en: *IViva*, 295, julio-septiembre, pp. 127-132.
- Zamora, J. A. (2024). «¿Un sujeto algorítmico? Subjetivación en la era del capitalismo digital». ponencia en el VII Simposio Internacional de Filosofía Social y Política *Filosofía política para una crítica del capitalismo algorítmico*, celebrado los días 30 y 31 de mayo de 2024 en el Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC.
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: Paidós.

Departamento de Filosofía y Sociedad
Facultad de Filosofía de la Universidad Complutense de Madrid.
jordi.maiso@ucm.es

JORDI MAISO

[Artículo aprobado para publicación en febrero de 2025]