

TÉCNICA Y PUBLICIDAD DE LA PALABRA: LENGUAJE, HEGEMONÍA Y CAPITALISMO DESDE WALTER BENJAMIN

Juan Antonio Ennis¹

Resumo: Resumo: Estas páginas visam oferecer um levantamento de alguns textos de Walter Benjamin que, um século ou quase um século após terem sido escritos, continuam sendo indispensáveis quando se tenta dar conta da relação entre língua, cultura e capitalismo no presente. A questão da relação entre técnica, história e línguas da palavra pública sob a forma de jornalismo, publicidade, informação e a relação crítica que estabeleceram com, ou o cerco a que sujeitaram, as diferentes formas de linguagem artística, numa disputa aberta sobre a interpretação e produção do real, é a força motriz por trás desta pesquisa.

Palavras-chave: Walter Benjamin; Técnica; História; Informação; Prensa; Publicidad.

Resumen: Estas páginas pretenden ofrecer un recorrido por algunos textos de Walter Benjamin que, a un siglo o casi un siglo de su redacción, continúan revelándose indispensables cuando se procura dar cuenta de la relación entre lengua, cultura y capitalismo en el presente. Motoriza este recorrido la pregunta por la relación entre la técnica, la historia y los lenguajes de la palabra pública en la forma de periodismo, publicidad, información, y la relación crítica que entablaban con, o el asedio que sometían a las distintas formas del lenguaje artístico, en una abierta disputa por la interpretación y la producción de lo real.

Palabras clave: Walter Benjamin; Técnica; Historia; Información; Prensa; Publicidad.

¹ Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literarias / Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET) - Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) (juanennis@conicet.gov.ar).

TECHNIQUE AND PUBLICITY OF THE WORD: LANGUAGE, HEGEMONY AND CAPITALISM SINCE WALTER BENJAMIN

Abstract: These pages aim to offer a survey of some of Walter Benjamin's texts which, a century or almost a century after their composition, continue to be indispensable when attempting to account for the relationship between language, culture and capitalism in the present. A driving force behind this research is the question about the relationship between technique, history and the public word in the form of the language of journalism, advertising, information, as well as the critical relationship they established with –or the siege they subjected it to– the different forms of artistic language, in an overt dispute over the interpretation and production of the real.

Keywords: Walter Benjamin; Technique; History; Information; Prensa; Publicity.

LA PROPIEDAD DEL PASADO

Estas páginas pretenden ofrecer un recorrido por algunos textos de Walter Benjamin que, a un siglo o casi un siglo de su redacción, continúan revelándose indispensables cuando se procura dar cuenta de la relación entre lengua, cultura y capitalismo en el presente. Motoriza este recorrido la pregunta por la relación entre la técnica, la historia y los lenguajes de la palabra pública en la forma de periodismo, publicidad, información, y la relación crítica que entablaban con, o el asedio que sometían a las distintas formas del lenguaje artístico, en una abierta disputa por la interpretación y la producción de lo real. Los rasgos generales, el entramado básico de esta discusión –tal es la hipótesis de trabajo que se pretende esbozar aquí– sigue teniendo alcance en el presente, cuando la diversificación y multiplicación de las posibilidades de la reproductibilidad técnica, así como el dominio universal de la religión capitalista, han llegado a su paroxismo, sin dejar, de algún modo, de hablar el mismo lenguaje. Revisitar la lucidez de estas exploraciones conceptuales benjaminianas puede así contribuir no solamente a comprender mejor algunos rasgos de la gramática fundamental de las hegemonías que sostienen la aparente fatalidad del capitalismo total en el presente, sino también aportar a la lectura de aquellos disensos que permiten vislumbrar las fracturas posibles de ese todo.

Este recorrido podría tener múltiples puntos de partida. Aquí se optará por uno situado en la mitad de una década convulsa, en París. Así, mediando los años 30 del pasado siglo, y luego de haber dado a la luz su célebre trabajo sobre la obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica, Walter Benjamin se topa, en la *Bibliothèque Nationale*, con la olvidada figura del escritor alemán de comienzos del XIX Carl Gustav Jochmann. Este autor llamaría poderosamente su atención, y así publicaría un ensayo introductorio a su obra, que llevaría el título de uno de esos textos exhumados en la biblioteca parisina, “Die Rückschritte der Poesie” [“Los retrocesos de la poesía”]². Un aspecto interesante de este descubrimiento reside en la figura del precursor en el sentido borgeano que Benjamin encuentra en Jochmann, estableciendo en el comienzo del ensayo una teoría de los antecesores y continuadores que tiene que ver precisamente con esas arbitrariedades de la historia, y presentándolo luego como una suerte de contracara del gesto nostálgico de sus contemporáneos románticos –sobre todo de los hermanos Schlegel– para encontrar finalmente en él una formulación del correlato de la historia y las formas del arte bastante adecuado para su propio enfoque. En resumen, que el llamado “progreso del género humano” estaría íntimamente ligado a los “retrocesos en muchas virtudes, pero sobre todo con el retroceso en las artes poéticas, con el cual encuentra su vínculo más profundo” (BENJAMIN, 1991f, p. 583)³. Explicando sus planteos a partir de su disonancia con los románticos, ante los cuales aparece como un autor fundamentalmente anacrónico (en el sentido de Didi-Huberman (2006): a los ojos de Benjamin, un siglo adelantado a su tiempo, a los ojos de sus contemporáneos atrasando probablemente medio siglo), encuentra en esa oposición el origen del problema que en su actualidad se resuelve en el planteo que cerraba también el ensayo anteriormente mencionado sobre la obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica, el de la politización de la estética y la estetización de la política. Así, del lado de la respuesta teórica a lo planteado en el debate están los intentos por formular una teoría materialista del arte, de la cual es ejemplo, entre paréntesis, el clásico artículo de Benjamin; del lado de la otra opción, el “maquillaje a la moda” de esta misma cuestión:

² Es importante destacar que a Max Horkheimer le pareció ideal este trabajo para vincularlo a la discusión teórica abierta por su ensayo probablemente más conocido, “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica” (mecánica, dice Horkheimer). El intercambio epistolar relativo a la edición del artículo se encuentra en los materiales agregados a su edición en el tercer volumen del segundo tomo de los *Gesammelte Schriften* publicados por Suhrkamp (v. TIEDEMANN y SCHWEPPEHÄUSER, 1991, p. 1395).

³ En todos los casos en los cuales no se indica versión española en la bibliografía, la traducción es del autor.

La segunda fue propiciada por los estados totalitarios y recogió los momentos reaccionarios que podían encontrarse en el Futurismo, en el Expresionismo y en parte también en el Surrealismo. Discute la problemática del arte, para reclamar el predicado de lo estético para sus realizaciones sangrientas. De inmediato permite ver cómo la avidez por el patrimonio del pasado [*die Begehrlichkeit nach dem Gut der Vergangenheit*] ha excedido toda medida: los fascistas son impulsados por nada menos que la necesidad de apoderarse del mito [*des Mythos sich zu bemächtigen*]. (BENJAMIN, 1991f, p. 582)

La relación con el pasado debe ser trabajada teórica y, por lo tanto, políticamente. El pasado siempre está en riesgo, y es su lugar en el presente lo que está en juego. Todo depende del modo -el medio, la técnica- de integrarlo, de arrebatarlo, de hacerlo propio. Así, sueño, sustracción y apropiación se repiten en su asociación con el capitalismo y la técnica también en los ensayos que tematizan la pérdida de la experiencia como quiebre en el presente. Ejemplo de ello es el comienzo de un ensayo publicado en 1933, año de la llegada al poder del Nacionalsocialismo, probablemente redactado ya durante su estancia en Ibiza, la primera de un exilio ya definitivo iniciado en abril de ese mismo año. “Nos hemos vuelto pobres”, reza esa primera frase. Si bien esta no estaba referida a su situación material, no puede escapar a la consideración crítica la pobreza material que él mismo comenzaba a experimentar, directamente vinculada, entre otras cosas con la relación entre su escritura y el mercado, con la posibilidad de subsistencia a partir del único oficio que sabía ejercer. Como consignan sus biógrafos, Walter Benjamin huye de Alemania no tanto, o no exclusivamente debido a la amenaza certera de la persecución, la tortura o el asesinato -que de hecho fueron rápidamente experimentados por muchos conocidos suyos-, sino, tal como recoge Bernd Witte (1990, pp. 175-177) de sus epístolas, por el hecho de haber comenzado a recibir un sistemático rechazo de sus trabajos en las distintas publicaciones alemanas, es decir, ante la perspectiva de no poder mantenerse por mucho tiempo con su trabajo. El mismo ensayo “Experiencia y pobreza”, publicado en la revista de Willy Haas,

Die Welt im Wort, en Praga, no recibiría los honorarios convenidos (TIEDEMANN & SCHWEPPENHÄUSER 1991, p. 960), debido precisamente a las dificultades que llevaron finalmente al rápido cierre de la revista abierta en el exilio por el fundador de *Die literarische Welt*, publicación también asociada al nombre de Benjamin. La pobreza en ese primer año de exilio es acuciante para Benjamin, y resulta –nuevamente, según las biografías, en este caso por ejemplo la de Werner Fuld (1981, p. 254)– un motivo fundamental de su aislamiento del resto de la comunidad de exiliados en París.

De todas formas, a pesar de que son entonces las necesidades materiales las que comienzan a acuciarlo, y no dejarían de hacerlo ya hasta el día de su muerte en Port Bou, es otro tipo de pobreza aquel al que se refiere ese título. El “nosotros” de la primera frase refiere a los depositarios de una herencia de la humanidad que ha debido ser entregada pieza a pieza en la casa de empeños, “por sólo una centésima parte de su valor, para recibir a cambio la pequeña moneda de lo ‘actual’” [*Ein Stück des Menschheitserbes nach dem anderen haben wir dahingegeben, oft um ein Hundertstel des Wertes im Leihhaus hinterlegen müssen, um die kleine Münze des “Aktuellen” dafür vorgestreckt zu bekommen*] (BENJAMIN, 1991b, p. 219).

La anécdota no es irrelevante: no es un cambio de orden cuantitativo el que está denunciando Benjamin (no nos hemos vuelto *más* pobres), sino un cambio de condición, a cuya comprensión la experiencia del exilio debe haber contribuido bastante, así como la de la inflación galopante en la República de Weimar, tan presente en “Geld und Wetter” [Dinero y clima], el pasaje de *Einbahnstraße* que remite al ensayo temprano sobre el capitalismo como religión: aquello máspreciado que poseíamos, súbitamente carece de valor. Así, esta pobreza de la experiencia, como la designa en uno de los títulos descartados para el texto, supone la irrupción y dominio de una forma del saber evidentemente moderna en cuya representación la imagen tampoco es en absoluto inocente: la herencia o patrimonio de la humanidad representan todo aquello que hubiera podido tener un significado motivado o valor de uso en el pasado. De este modo, el saber y el uso heredados se ven reducidos en un doble sentido, esto es, minusvalorados en cantidad y sometidos en calidad al rasero de la economía dineraria, expresión por antonomasia de la racionalización de la vida moderna. Esta pobreza, además, reduce su contenido metafórico al quedar en claro que son las *condiciones y medios materiales* de la producción de esos saberes, de eso que llamamos la cultura, los que originan, en su modificación radical en el capitalismo avanzado, esta devaluación y

pérdida de la experiencia. La pérdida de la experiencia, en las consideraciones sobre la obra de Nikolai Lesskow que llevan el título de “El narrador”, se expresa en términos económicos, en los de la lógica del capital que explica que hayamos cambiado nuestro viejo patrimonio por la mezquina monedita de la actualidad: “la experiencia se ha devaluado [*die Erfahrung ist im Kurse gefallen*]”, dice, pero antes habla de esa pérdida en términos de un *Vermögen* inalienable: *Vermögen*, que significa tanto “capacidad, facultad” como “capital, fortuna, patrimonio”⁴: “Es como si una facultad [*Vermögen*], que nos parecía inalienable, lo más asegurado entre las cosas seguras, nos fuera arrebatada. Precisamente la facultad de intercambiar experiencias” (BENJAMIN, 1991d, p. 439).

Una vez más, el lenguaje de Benjamin no está haciendo empleo aquí de una metáfora meramente ornamental, sino que pone en juego algo que comienza a esbozarse en sus escritos tempranos: la tesis central del proyecto inconcluso de comienzos de los años 20, *Kapitalismus als Religion*, no establece que el capitalismo sea como las religiones, sino que ha venido a remplazarlas, que el Cristianismo ha sido el paso previo necesario para su irrupción, más aún, ha sido el cuerpo, y el Capitalismo su parásito, uno que había llevado a la exasperación los principios de su organización del tiempo y la sociedad – una religión que profesa un culto *sans [t]rêve et sans merci*,⁵ una religión en la que todos los días son fiesta de guardar.⁶ El capitalismo, sabía Benjamin, no podía ser otra cosa que total. Comenzando el siglo XXI, un lúcido lector –y continuador– de la empresa benjaminiana como Norbert Bolz podía señalar en el marketing y la publicidad la forma más nítida de la actualidad de las reflexiones benjaminianas sobre el capitalismo como religión: “Ahora resurgen los dioses, desaparecidos del cielo de las religiones, como ídolos del mercado. Publicidad y marketing ocupan las plazas que han quedado vacantes en el cielo de las ideas” (BOLZ, 2003, p. 201). El lenguaje de la publicidad, llevado a su extremo, cumple el anhelo de universalidad de la religión que el capitalismo ha

⁴ V. Großmann, Rudolf y R. J. Slabý (1937). *Diccionario de las lenguas española y alemana. Wörterbuch der spanischen und deutschen Sprache*. Leipzig: Tauchnitz, segunda edición (1º ed. 1932).

⁵ Acerca de la productiva ambigüedad de esta expresión en Benjamin, puede verse Steiner (1998: 156-157).
⁶ Así, por ejemplo, el valor de las imágenes y el valor del dinero, el billete y la estampita, son al menos parangonables (BENJAMIN, 1985, p. 102; v. PRIDDAT, 2003). El fragmento mencionado, redactado alrededor de 1921, contemporáneo del texto sobre la crítica de la violencia y el “Fragmento teológico-político”, ha dado pie a significativas relecturas de la obra de Benjamin en los últimos años. Un buen compendio de estos debates se ofrece en el volumen colectivo editado por Dirk Baecker (2003), donde también puede encontrarse una edición del fragmento en cuestión, publicado inicialmente en el tomo VI de los *Gesammelte Schriften* publicados por Suhrkamp. Puede verse también a este propósito la traducción al español y estudio introductorio de Foffani y Ennis (2015).

sabido parasitar, y alcanza la forma más clara de la omnipresencia de ese culto sin tregua, sueño ni misericordia que figurara el borrador del joven Benjamin. Es así que Bolz puede leer claramente en el presente la continuidad de esa lógica histórica en términos de disputa por un lenguaje aprendido, apropiado: “Han aprendido las lecciones de Marx y Benjamin, y así configuran el mundo del consumo como escenario del encantamiento. Contra el desencantamiento del mundo moderno a manos de la ciencia y la técnica, el culto del marketing apuesta hoy a estrategias de re-encantamiento estético” (ibíd.).

ARTE Y PUBLICIDAD, ASTUCIAS DE LA RAZÓN

En las páginas finales de “Experiencia y pobreza”, la relación entre la pérdida de la experiencia y la irrupción de la modernidad técnica se encuentra ya no en la percepción de una carencia (de experiencias), sino en la saturación, en un cuerpo ahído de “cultura” (las comillas son de Benjamin), por lo tanto cansado y sumido en el sueño que caracteriza la modernidad del capitalismo avanzado, un sueño que repara la tristeza y el desánimo del día, dando forma a ese ser grandioso y sencillo para cuya realización faltan las fuerzas al despertar: “El ser de Mickey Mouse es uno de esos sueños del hombre actual. Este ser está lleno de maravillas, que no sólo sobrepujan a las de la técnica, sino que además se ríen de ellas” (Benjamin, 1991b: 218). Superar las maravillas de la técnica y burlarse de ellas: el sueño compensa aquello que la realidad cotidiana no logra, el sobreponerse a los excesos de la propia creatura. Mickey Mouse, hijo dilecto del universo de la reproductibilidad técnica, opera la compensación necesaria para mantener el ciclo del sueño en la cotidianidad del capitalismo avanzado.

Pero más allá de Mickey Mouse, quisiera detenerme aquí en la observación de una de las expresiones del culto capitalista que interesó particularmente a Benjamin, justamente a partir del modo en que trabajaba por la introducción de ese sueño en el ciclo de la producción: la publicidad. El capítulo “G” del *Passagen-Werk*, dedicado a las exposiciones, la publicidad y Grandville, comienza con una de sus reflexiones –una de tantas– sobre el *tempo* de la historia, esta vez pensando –una vez más– en la relación entre el arte y la técnica:

En lo tocante a Europa, las cosas se veían así: en todas las producciones, en la Edad Media y hasta el comienzo del siglo XIX, el desarrollo de la técnica se dio de manera mucho más lenta que el del arte. El arte podía tomarse tiempo para jugar de distintas formas con los procedimientos técnicos. El cambio de las cosas que acaece en torno al 1800, prescribió al arte su tempo, y cuanto más vertiginoso se volvía este tempo, más se propagaba el dominio de la moda en todos los ámbitos. Finalmente se llega al actual estado de cosas: la posibilidad de que el arte no encuentre más tiempo para posicionarse de algún modo en el proceso técnico ya es previsible. La publicidad es la astucia, con la que el sueño se cuela en la industria [*Die Reklame ist die List, mit der der Traum sich der Industrie aufdrängt*] [G I,I]. (BENJAMIN, 1983, p. 232)

La “astucia” [*List*] en cuestión bien puede remitirse en el texto a un pasaje bastante conocido en la *Lógica* de Hegel –recuperado especialmente por el joven Lukács⁷– en el cual el filósofo de Jena hablaba de la “astucia de la razón” [*List der Vernunft*] que permitía introducir un medio como tercer término entre el objeto y el fin, medio que encuentra su ejemplo acabado en la técnica, en la herramienta desarrollada para un objetivo finito al que sobrevive como exteriorización de la razón: “La herramienta se mantiene, mientras los placeres inmediatos transcurren y son olvidados. En sus herramientas, el hombre posee el poder sobre la naturaleza exterior, también cuando tras sus fines está aún más

7 “Lukács reconoce la profundidad del análisis hegeliano, y retoma de este el concepto de “astucia de la razón” [*List der Vernunft*], de acuerdo con su acepción originaria, expresada en la *Ciencia de la Lógica*. Para Hegel, en efecto, la astucia de la razón despliega dialécticamente el surgimiento de lo nuevo a partir de la relación entre dos entes naturales: medio y objeto a transformar a través del trabajo. Al retomar el marco categorial de la dialéctica hegeliana, Lukács pone de relieve el interés en el instrumento de trabajo, considerado como medio de dominio sobre la naturaleza, a través del cual el proceso teleológico puede ser considerado como la traducción del concepto a la realidad. Hegel realizó una interpretación tal destacando no solo el carácter de medio que posee el instrumento, sino también el hecho de que él representa la persistencia del trabajo a través del tiempo, en buena medida gracias a la conservación del instrumento de trabajo una vez terminada la actividad laboral. Hegel reconoce en el instrumento una validez superior a la del fin, ya que el instrumento puede servir para diversas singularidades. La recuperación de esta teleología hegeliana le permite a Lukács expresar los nudos conceptuales en torno a los cuales se ha formado la concepción marxiana del desarrollo de la historia, como consecuencia de la relación del trabajo con la propiedad objetiva de los medios de producción” (INFRANCA y VEDDA, 2004, pp. 24-26).

sometido a ella [*Das Werkzeug erhält sich, während die unmittelbaren Genüsse vergehen und vergessen werden. An seinen Werkzeugen besitzt der Mensch die Macht über die äußerliche Natur, wenn er auch nach seinen Zwecken ihr vielmehr unterworfen ist*]” (HEGEL, 1979 [1812/16], p. 453). Esta astucia, leída a la luz del pasaje hegeliano, vincula nuevamente la publicidad con la técnica, con el medio como componente de un proceso destinado a acceder a un fin. La publicidad, en este caso, es la herramienta que introduce el sueño en la industria. Como recuerda Ibarlucía (1997, pp. 11-12) apoyándose en el trabajo fundamental de Susan Buck-Morss (1989) sobre este texto, “una concepción de la modernidad como mundo onírico está en el origen de *Passagen-Werk*. Mientras que el capitalismo es, para Benjamin, un espeso sueño que se ha derramado sobre Europa, reactivando las fuerzas míticas, el ‘despertar’ colectivo es sinónimo de la toma de conciencia revolucionaria”. En esta introducción a su lúcido análisis de la relación entre Benjamin y el Surrealismo a partir del fragmento titulado “Onirokitsch”, Ibarlucía agrega, “en la sociedad industrializada, la conciencia existe en una especie de estado onírico, contra el cual el conocimiento es el único antídoto”. Por eso mismo resulta tan importante para la línea de reflexión abierta por el ensayo sobre la obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica el vínculo entre arte, tecnología y mito, que lo llevará a postular su continuación en la exploración la obra de Jochmann.

MEDIOS DE PRODUCCIÓN DE LA REALIDAD CONTEMPORÁNEA, O TÉCNICAS DE LA PALABRA PÚBLICA

La publicidad (y su relación con la propaganda) representa una instancia de crisis, pero también la oportunidad de repensar esa puesta al día tal como la planteaba Benjamin: la vanguardia, cuyos códigos y polémicas conocía bien, había traído consigo la discusión por la relación entre el arte, la técnica, la velocidad y la historia frente a fenómenos alienantes como el de la moda. En este caso el conflicto estaba planteado por la necesidad de devolver el arte a la praxis vital, que desde el siglo XIX experimentaba una serie de transformaciones inusitadas en su radicalidad (v. BÜRGER, 1987). De algún modo, lo que la astucia de la publicidad viene a demostrar es que la relación entre arte y técnica no es sólo una novedad vinculada a la posibilidad de su reproducción y democratización, sino que la misma es constitutiva del arte mismo, que pudo acompañar, como lenguaje o como institución, su desarrollo

hasta el siglo XIX. Luego, no solamente se diferencian los lenguajes y autonomizan las esferas, sino que, como habían advertido los futuristas, hay un desfase en las respectivas velocidades. No se trata solamente de que el arte haya vuelto la espalda a la sociedad del capitalismo industrial, sino que es esa sociedad la que “técnicamente” no se entiende ya con él.

Como observa Sigrid Weigel (2008, pp. 297s.), Benjamin logra una teoría e historia de la modernidad indisociable (y no divorciada) de la de los dispositivos técnicos que la hacen posible. Así formula a la inversa la autonomización del arte como liberación de la técnica con respecto a él en el cierre de la versión alemana del *Exposé* para el *Passagen-Werk*, en una concisa historia de la Modernidad como proceso de autonomización de la técnica en dirección al utilitarismo. Así, las técnicas figurativas se emancipan del arte en el siglo XIX del mismo modo que en el XVI las ciencias se habían emancipado de la filosofía:

El comienzo lo hace la arquitectura como ingeniería de la construcción. La sigue la reproducción de la naturaleza como fotografía. La creación de la fantasía se prepara para hacerse práctica en tanto gráfica publicitaria. La poesía se somete en el folletón al montaje. Todos estos productos están listos para ofrecerse como mercancía en el mercado [*sich als Ware auf dem Markt zu begeben*]. (BENJAMIN, 1983, p. 59)

La última expresión podía funcionar perfectamente como disparador de una memoria discursiva central para Benjamin, evocando pasajes precisos de *El Capital*, sobre todo aquellos en los que se da cuenta, en el marco de la exposición sobre la conversión del dinero en capital, de la transformación de la fuerza de trabajo en mercancía⁸. En el mismo capítulo del *Libro de los pasajes*, entre las observaciones en torno a las características de los afiches publicitarios

⁸ Ver por ejemplo, en el capítulo 4 “Sin embargo, para que el poseedor del dinero encuentre la fuerza de trabajo como mercancía en el mercado, deben cumplirse ciertas condiciones [*Damit jedoch der Geldbesitzer die Arbeitskraft als Ware auf dem Markt vorfinde, müssen verschiedene Bedingungen erfüllt sein*]. El intercambio de mercancías no incluye en sí y para sí ninguna otra relación de dependencia que las que surgen de su propia naturaleza. Bajo esta condición, la fuerza de trabajo puede aparecer como mercancía sólo en el mercado [*als Ware nur auf dem Markt erscheinen*], en la medida en la cual y porque es puesta a la venta o vendida como mercancía [*als Ware*] por parte de su propio dueño, la persona, cuya fuerza de trabajo es” (MARX, 1969 [1867], p. 138).

desde el siglo XIX, Benjamin introduce una observación sobre el Surrealismo que nos lleva nuevamente al cruce de planos supuestamente diversos que se ha venido mencionando, y que guarda una estrecha –y contradictoria– relación con el motivo vanguardista de la reconducción del arte a la praxis vital:

La poesía de los surrealistas trata las palabras como nombres de firmas empresariales, y sus textos son fundamentalmente prospectos de empresas aún no establecidas. Hoy anidan en esos nombres las fantasías que otrora se consideraban custodiadas en el tesoro de los vocablos “poéticos” [*Heute nisten in den Firmennamen die Phantasien, welche man ehemals im Sprachschatz der “poetischen” Vokabeln sich thesauriert dachte*] [G I a, 2]. (BENJAMIN, 1983, p. 235)

El expolio de las fantasías del recinto de lo poético registra así nuevamente la otra cara de la autonomización, esta vez en función del proceso modernizador bajo el signo del capitalismo avanzado: así como la experiencia se devalúa, la “fantasía poética” ya no es un bien atesorable al margen del comercio público de la palabra: nada se sustraerá a la lógica del capitalismo avanzado. De este modo, la publicidad se apropia de los atributos otrora concebidos como exclusivos del ámbito literario, e introduce una lógica que páginas más adelante encuentra su síntesis en la afirmación según la cual “la publicidad se emancipa en el Jugendstil” (id.: 238). Varias líneas de esta reflexión pueden seguirse hasta el presente, y probablemente, así como la universalidad de la religión capitalista se traduce en la universalidad de su lenguaje y la exasperación del mito antes rechazado por la racionalidad moderna en los templos del *marketing*, también la sublevación o desarticulación del lenguaje en la publicidad del temprano siglo XX prefigura con claridad la *poslexia* que Mark Fisher caracteriza como patología característica del capitalismo tardío (FISHER, 2016, p. 54).

Es en el espacio de la prensa y la publicidad donde la relación entre técnica y escritura encuentra su expresión más acabada, y justamente por eso es que, en 1934, en “El autor como productor”, la pregunta por el derecho a la existencia del escritor se volverá una pregunta por su relación con los medios de

producción. Como lo ha señalado Georges Didi-Huberman (2008, pp. 20-21), es en consonancia con el grito de guerra de Ernst Bloch “contra la moral servil del periódico” que Benjamin y Brecht interrogan las formas de la técnica en la escritura. Así como Tretiakov podía reclamar en 1929 que el poeta se situara “más cerca del periódico”, en 1934 Benjamin piensa el periódico como *medio de producción* de una realidad. Para Benjamin, según puede leerse en estos recortes, no se trata en el caso del periodismo tanto de un escenario o medio para el despliegue de una *Öffentlichkeit* como espacio del intercambio de razones, sino de un dispositivo material de producción. El ensayo sobre Karl Kraus comienza así mentando la profunda aversión de este hacia la prensa periódica como productora y espacio de una opinión pública: “Las opiniones son cuestiones privadas. El espacio público [*Öffentlichkeit*] sólo tiene interés en los juicios” (BENJAMIN, 1991a [1931], p. 335). La prensa hace del lenguaje su presa, la frase es en el periódico -escenario de la “confusión literaria” (BENJAMIN, 1991c [1934], p. 688) que señala en “El autor como productor”- creación de una técnica propia del capitalismo avanzado [*eine Ausgeburt der Technik*] (BENJAMIN, 1991a [1931], p. 336), que exige la emisión de un volumen diario de juicios: la frase, en este caso, aparece nuevamente como herramienta o instrumento para un fin. Así como no dudará en constatar la condición de la prensa como uno de los principales instrumentos para la consolidación del dominio de la burguesía, la frase contra la que Fuchs habría entablado su más esforzada batalla desde *Die Fackel* es definida como “la expresión lingüística de la arbitrariedad con la cual la actualidad se eleva al dominio de las cosas en el periodismo” (id., p. 335). Se trata de una maquinaria técnica avanzada, que combina la astucia publicística con la producción de la realidad, que en su caso adquiere una contundencia mayor a la representable en cualquier idea del “discurso” o el “relato” de los medios. El siglo XX, afirma en el artículo sobre Eduard Fuchs, “experimenta cómo la velocidad de los medios de transporte, al igual que la capacidad de los aparatos con los que se multiplica la palabra y la escritura, exceden las necesidades reales. Las energías que desarrolla la técnica más allá de este umbral, son destructivas. Promueven en primera línea la técnica de la guerra y la de su preparación publicística” (BENJAMIN, 1991e [1937], p. 475). De este modo, Benjamin insiste sobre un motivo caro, entre otros, a los expresionistas (basta pensar, por ejemplo, en *Gas*, de Georg Kaiser) que se haría artículo de fe en la posguerra: el incommensurable potencial destructivo del progreso técnico. La técnica que ha torcido su rumbo en el exceso desemboca en dos formas: la guerra y la propaganda. Nuevamente, la prensa (como propaganda o actividad publicística)

aparece aquí doblemente como medio dirigido a un fin, como técnica en sí y como técnica de la preparación de la guerra: como astucia de una historia que es la de la barbarie que introduce la técnica de la palabra pública en su mecanismo más perverso.

Kraus mismo, citado por Benjamin, habla del uso periodístico del lenguaje como proceso técnico industrial que hace de todo lo que sucede en todos los ámbitos materia homogénea. Como explica Benjamin,

De un tirón, Kraus ata en estas palabras el nudo en el cual se han ligado la técnica y la frase. La solución, por supuesto, corre por otros hilos: para ella, el periodismo es sin excepción expresión del cambio en la función de la lengua en el mundo del capitalismo avanzado. La frase, en el sentido que Kraus persigue incansablemente para ella, es la marca registrada que hace posible la circulación del pensamiento, así como la florecilla, el ornamento, le otorga el valor sentimental. Pero por eso mismo la liberación de la lengua se ha vuelto idéntica a la de la frase – a su transformación de una réplica en un instrumento de producción. (BENJAMIN, 1991a [1931], p. 337)

En esa “liberación” se resuelve la paradoja de la renuncia de Kraus a la palabra propia, en un tiempo en el cual “las plumas se mojan en sangre y las espadas en tinta” (id., p. 338). En ese mismo curso es que desembocará la conocida ponderación de la violencia de la cita en el autor/editor de *Die Fackel* (v. AGAMBEN, 2007). La prensa y la técnica están así ligadas en varios niveles, que apuntan al exceso y la destrucción, abundando en uno de los posibles pliegues de la observación hegeliana acerca de la astucia de la razón: el de la técnica emancipada en el dominio de la naturaleza, que termina desatando su fuerza destructiva sobre el hombre. El “paisaje” de Kraus “es el paisaje en el que diariamente caen cincuenta mil árboles para hacer sesenta periódicos. Kraus ha traído esta información bajo el título ‘El fin’. Puesto que para él está tan claro que la humanidad apura el más corto en su lucha contra la creatura, como que la técnica, una vez llevada al campo de batalla contra la creación, tampoco se detendrá ante sus señores” (BENJAMIN, 1991a [1931], p. 341).

Esta asociación entre el imperio de la técnica y la guerra que se abate sobre la población civil recorre una serie de textos bien conocidos por Benjamin, que incluye a Marx y a Fuchs, pero también a un autor más bien antagónico como Ernst Jünger (v. BULLOCK, 1998): si este último podía decir en 1932 que “la tecnología es nuestro uniforme”, Marx podía hablar en el primer volumen del *Capital* de “la maquinaria densamente poblada” en las fábricas del siglo XIX que, “con la regularidad de las estaciones, pone en circulación su lista de los muertos y heridos de la revolución industrial”.⁹ En el ensayo sobre Lesskow,¹⁰ el ocaso del narrador es una cuestión técnica vinculada no sólo metafóricamente al universo de la producción (al telar y la fábrica), sino que las innovaciones técnicas en general modifican sensiblemente las formas de percibir y narrar el mundo: el mismo lenguaje de lo público (la *Öffentlichkeit*), ha dicho en el ensayo sobre Kraus, es una criatura [*Ausgeburt*] de la técnica. Y la “técnica escrituraria de las obras [*die schriftstellerische Technik der Werke*]” propicia en “El autor como productor” la introducción del término como concepto que posibilita el acceso a “los productos literarios” a “un análisis social inmediato, por lo tanto materialista”, que comenzará por la superación, por caso, de la infecunda división entre forma y contenido (BENJAMIN, 1991c [1934], p. 686).

No se trata, entonces, de situarse más cerca del periódico para estar más actualizado, más cerca de la realidad o las preocupaciones del mundo, sino de interpelar su lenguaje en tanto técnica. La impronta revolucionaria de “El autor como productor”, así como el cierre de “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica” apuntan precisamente a esa competencia por el dominio de la escritura como medio de producción y su técnica moderna, donde el artista, sólo si se “ponía al día”, podía competir con el aparato burgués o el fascista de producción de la realidad –sin por ello convertirse en un “órgano del partido”.¹¹

⁹ Citados ambos en Buck-Morss (2005, p. 203 y p. 201, respectivamente).

¹⁰ En el célebre pasaje acerca de la devaluación de la experiencia, la relación entre prensa y guerra se hacía también palpable: “Cada vistazo que se echa al periódico evidencia que [la experiencia] ha tocado un nuevo fondo, que jamás se había considerado posible. Con la guerra comenzó a hacerse manifiesto un proceso que desde entonces no ha cesado” (BENJAMIN, 1991d [1936], p. 439).

¹¹ Esta última salvedad puede verse bien ilustrada en la suerte del emprendimiento de *Krise und Kritik*, ambicioso proyecto diseñado junto a Brecht, finalmente frustrado. Y en ese sentido es interesante la lectura de Wizisla sobre los vaivenes de *Krise und Kritik*: “[Benjamin, Brecht y Kracauer] no creían que el compromiso público pusiera en cuestión la autonomía del arte la ciencia y perjudicara así la capacidad creadora, ni confundían el ejercer influencia con la incorporación a un aparato del poder al que hubiera que sacrificar el origen, el pensamiento y la actividad creadora. Rechazaban una jerarquización por la que el arte

Así, la evidencia más temprana del proceso que Benjamin pretende ilustrar se encuentra en la novela y su arraigo en la forma material y técnica del libro, con todo lo que ella implica. A través de ese derrotero es que llegará a la pregunta clave por la información como modo de conocimiento del mundo que viene a reemplazar al relato tradicional y empobrece así a su público en términos de experiencia. Al paso que el narrador va ocultándose definitivamente en el ocaso de lo arcaico, Benjamin describe la otra parte, necesaria, de este desarrollo:

Por el otro lado podemos ver cómo, con la afirmación del dominio de la burguesía, entre cuyos instrumentos más importantes en el capitalismo avanzado cuenta la prensa, aparece una forma de la comunicación que, por más lejos que pueda encontrarse su origen, jamás había influido antes de manera determinante en la forma épica. Ahora, sin embargo, lo hace. Y se pone de manifiesto que se posiciona ante la narración de manera no menos ajena pero sí mucho más amenazante que la novela, a la cual, por su parte, lleva a una crisis. Esta nueva forma de la comunicación es la información. (BENJAMIN, 1991d, p. 444)

La información expresa, nuevamente, un saber y un lenguaje que son ya productos en serie de una técnica moderna, un divorcio de la experiencia vinculado a su devenir mercancía en la sociedad industrial del capitalismo avanzado. Pero estos productos se presentan además, sobre todo, como *instrumentos* del dominio de la burguesía: nuevamente, volviendo a la astucia mentada en los *Pasajes*, y teniendo en cuenta la complejidad del entramado conceptual en torno a las nociones de medio e instrumento en Benjamin (v. ENNIS, 2011), no se trataría en este caso de un mero vituperio del periódico, sino de una definición del lugar de la información en la sociedad capitalista: herramienta, instrumento, medio de producción de la realidad. Una herramienta que, como establece el pasaje hegeliano antes mencionado, sobrevive al fin que motivó su factura. Por eso mismo, el objeto de la disputa no

tuviera que subordinarse a intereses sociales basados en una interpretación ya dada de la realidad. El pensamiento como intervención no significaba para ellos instrumentalizar la teoría y el arte. Al contrario: la acción política y social presuponía el máximo nivel teórico y de técnica artística” (WIZISLA, 2007, p. 164).

será la reivindicación nostálgica de una forma de existencia pasada, sino el dominio de los medios de producción de la palabra pública.¹²

FINAL. CAMINOS DE BENJAMIN HACIA EL PRESENTE

“Ponerse al día” en este caso significa tanto dominar el medio, su técnica y su velocidad, como poder intervenir en su gramática, que es la de la palabra y la imagen en movimiento, la de su rápida devaluación; significa participar de la astucia de la propaganda y el folletón. Por eso el montaje, la cita, todo lo que el cine y la fotografía proveen en cuanto préstamos técnicos a la palabra escrita, son tan importantes en Benjamin. En ese sentido, el escritor que aparecería como el único “acorde a la época” (la expresión sería de Hannah Arendt) a los ojos de Benjamin es Bertolt Brecht. Como deja ver Erdmut Wizisla en su libro sobre la amistad entre ambos escritores, uno de los libros que Walter Benjamin jamás concluyó como tales, pero que resultan de todas formas vitales para entender su obra, es el libro sobre Brecht. Ya en 1932, en carta a Scholem, lo contaba entre las ruinas de su trabajo (WIZISLA, 2006, p. 177). Se trata de una amistad de exilio, de *monteurs* que toman posición desde ese lugar dis-locado. Así al menos lo ha estudiado Didi-Huberman en el volumen I de *El ojo de la historia*, libro que rescata para su análisis un texto extraordinario como el *Kriegslibel* (1955) de Brecht, ejemplo cabal de estas relaciones entre literatura y técnica, publicidad, capitalismo y guerra.

La poética brechtiana aparece como el momento de superación de las dos instancias dialécticas figuradas por el abandono de la literatura por parte de la técnica en los clásicos (y viceversa) y el empleo de la técnica en la mala literatura del folletín, como puede leerse en sus anotaciones a los trabajos sobre el teatro épico, en el camino a una concepción que terminará de cristalizarse en “El autor como productor”. Allí, el acierto político irá necesariamente de la mano del acierto literario, que aparece al fin de cuentas como una adecuación técnica (WIZISLA, 2006, pp. 182-183).

¹² Así, en “El autor como productor”, al modificar una sola preposición en la pregunta por la relación entre el arte y su tiempo produce un desplazamiento radical en el modo de concebirla: “antes de preguntar cómo se posiciona una poética *con respecto a* [zu] las relaciones de producción de la época preferiría preguntar cómo se sitúa *en [in]* ellas” (BENJAMIN, 1991c [1934], p. 686).

De este modo, cuando el último Benjamin, el de las tesis *Sobre el concepto de la historia*, contraponen al historicismo dominante un materialismo histórico abocado a la sublevación del *continuum* de la historia de los opresores, podemos considerar que la percepción benjaminiana de la producción técnica de la realidad a través de la forma pública de la palabra y la imagen (forma pública que incluye al arte y la publicidad, la literatura y la historia, el dinero y la prensa) ha llegado a su estado crítico, a su mayor grado de agudeza. No es, desde luego, una disputa académica, sino la sintaxis misma de lo que hoy llamamos memoria lo que se pone en juego: el *continuum* historicista, el rosario de los hechos y el burdel del *había una vez...* introducen la lógica de la serialización en el relato de la historia, y así el rostro horrorizado de su ángel encuentra su razón tanto en las ruinas que se apilan en el pasado hacia el que se vuelve como en el hecho de que, como afirma en el mismo texto, ni los muertos estarán a salvo.

REFERENCIAS

AGAMBEN, Giorgio. “Walter Benjamin y lo demoníaco. Felicidad y redención histórica en el pensamiento de Benjamin”. En: **La potencia del pensamiento**. Buenos Aires. Adriana Hidalgo, 2007, pp. 267-306.

BÆCKER, Dirk (ed.). **Kapitalismus als Religion**. Berlin, Erich Schmidt Verlag, 2003.

BENJAMIN, Walter. **Das Passagenwerk**. Frankfurt, Suhrkamp, 1983.

BENJAMIN, Walter. “Kapitalismus als Religion”. En: **Gesammelte Schriften**, ed. de Rolf Tiedemann y Hermann Schweppenhäuser. Frankfurt am Main, Suhrkamp, tomo VI, 1, 1985, pp. 100-103.

BENJAMIN, Walter [1931]. “Karl Kraus”. En: **Gesammelte Schriften**, ed. de Rolf Tiedemann y Hermann Schweppenhäuser. Frankfurt am Main, Suhrkamp, tomo II, 1991a, pp. 334-367.

BENJAMIN, Walter [1933]. “Erfahrung und Armut”. **Gesammelte Schriften**, II, 1991b, pp. 213-219.

BENJAMIN, Walter [1934]. “Der Autor als Produzent”. **Gesammelte Schriften**, II, 1991c, pp. 683-701.

BENJAMIN, Walter [1936]. “Der Erzähler. Betrachtungen zum Werk Nikolai Lesskows”. **Gesammelte Schriften**, II, 1991d, pp. 438-465.

BENJAMIN, Walter [1937]. “Eduard Fuchs, der Sammler und der Historiker”. **Gesammelte Schriften**, II, 1991e, pp. 465-505.

BENJAMIN, Walter [1937]. “Die Rückschritte der Poesie von Carl Gustav Jochmann”. **Gesammelte Schriften**, II, 1991f; pp. 572-598.

BOLZ, Norbert (2003). “Der Kapitalismus – eine Erfindung von Theologen?”. En: Baecker, Dirk (ed.). **Kapitalismus als Religion**. Berlin, Erich Schmidt Verlag, pp. 187-207.

BUCK-MORSS, Susan. **The Dialectics of Seeing. Walter Benjamin and the Arcades Project**. Cambridge, Mass./London, The MIT Press, 1989.

BUCK-MORSS, Susan. “Estética y anestésica. Una reconsideración del ensayo sobre la obra de arte”. *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Buenos Aires, Interzona, 2005.

BULLOCK, Marcus. “Walter Benjamin and Ernst Jünger, destructive affinities”. **German Studies Review**, 21, 3, 1998, pp. 563-581.

BÜRGER, Peter. **Teoría de la vanguardia**. Barcelona, Península, 1987.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Ante el tiempo. Historia del arte y anacronismo de las imágenes.** Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2006.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Cuando las imágenes toman posición. El ojo de la historia I.** Madrid, Antonio Machado Libros, 2008.

ENNIS, Juan. “Medios de la memoria y legibilidad de la historia”. **Olivar. Revista de literatura y cultura españolas**, n° 16, 2011, pp. 19-50.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?** Buenos Aires, Caja Negra, 2016.

FOFFANI, Enrique y Juan Antonio Ennis. “Introducción” a Benjamin, Walter. “El capitalismo como religión”. **Katatay** 13/14, 2015, pp. 178-191.

FULD, Werner. **Walter Benjamin. Zwischen den Stühlen. Eine Biographie.** Frankfurt a. M., Fischer, 1981.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Wissenschaft der Logik.** En: **Werke**, tomo 6, Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1979.

IBARLUCÍA, Ricardo. **Onirokitsch. Walter Benjamin y el Surrealismo.** Buenos Aires, Manantial, 1997.

INFRANCA, Antonino y Miguel Vedda. “Introducción”. En: Lukács, György. **Ontología del ser social: el trabajo. Textos inéditos en castellano.** Buenos Aires, Herramienta, 2004.

MARX, Karl [1867]. **Das Kapital I: Der Produktionsprozess des Kapitals.** Frankfurt a.M./Berlin, Ullstein-Verlag, 1969.

PRIDDAT, Birgit P. (2003). “'Geist der Ornamentik', Ideogrammatik des Geldes: Allegorien bürgerlicher Zivilreligion auf Banknoten des 19. und 20. Jahrhunderts”.



En: Baecker, Dirk (ed.). **Kapitalismus als Religion**. Berlin, Erich Schmidt Verlag, pp. 19-34.

STEINER, Uwe (1998) “Kapitalismus als Religion. Anmerkungen zu einem Fragment Walter Benjamins”. **Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte**, N° 72, pp. 147-171.

TIEDEMANN, Rolf y Hermann Schweppenhäuser. Notas y aparato crítico, Walter Benjamin (1991). **Gesammelte Schriften**, tomo II. Frankfurt, Suhrkamp, 1991.

WEIGEL, Sigrid. **Walter Benjamin. Die Kreatur, das Heilige, die Bilder**. Frankfurt, Fischer, 2008.

WITTE, Bernd. **Walter Benjamin. Una biografía**. Barcelona, Gedisa.

WIZISLA, Erdmut. **Benjamin y Brecht. Historia de una amistad**. Buenos Aires, Paidós, 2006.

Recebido em 13/06/2022

Aprovado em 08/09/2022