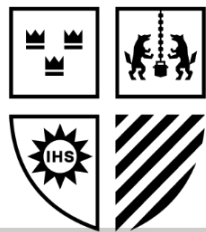


UNIVERSIDAD ANTONIO RUIZ DE MONTOYA

Escuela de Posgrado



UARM

Universidad
Antonio Ruiz
de Montoya

**“¡AMPAY!”: UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO
INFIDELIDAD DESDE LA DIALÉCTICA NEGATIVA EN LA
INDUSTRIA DEL ESPECTÁCULO PERUANO**

Tesis para optar al Grado Académico de Maestro en Filosofía
Con mención Ética y Política

RODRIGO GERARDO CISNEROS CISNEROS

Presidente: Colbert Martin Carlos Soto Rivera

Asesor: Maria Soledad Escalante Beltran

Lector 1: Raschid Juan Carlos Rabi Hirata

Lector 2: Soledad Maldonado Ayuso

Lima – Perú

Julio de 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

Sres.
CONSEJEROS
Pte.

De nuestra consideración:

Por la presente nos dirigimos a Ustedes para saludarlos e informar al Consejo Universitario sobre el producto académico elaborado por CISNEROS CISNEROS RODRIGO GERARDO, quien solicita la obtención de su grado académico de maestro a través de la sustentación de una tesis.

El producto académico elaborado tiene como título ““¡Ampay!”: Una aproximación al concepto infidelidad desde la dialéctica negativa en la industria del espectáculo peruano”

Por tanto, en nuestra condición de Asesor de producto académico y de integrante de la Comisión de Grados Académicos respectivamente, declaramos que el producto académico de Rodrigo Gerardo Cisneros Cisneros ha sido examinado con el programa antiplagio Turnitin para identificar su nivel de coincidencias.

El resultado que arroja el programa es de 6 % de similitud, el cual proviene de fuentes de información que han sido debidamente citadas o reconocidas utilizando las normas del sistema APA.


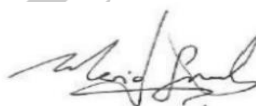
Sin otro particular, quedo de ustedes.

Firmado en Lima, el 26 del mes de junio de 2025

Atentamente,



Maria Soledad Escalante Beltran
Asesora

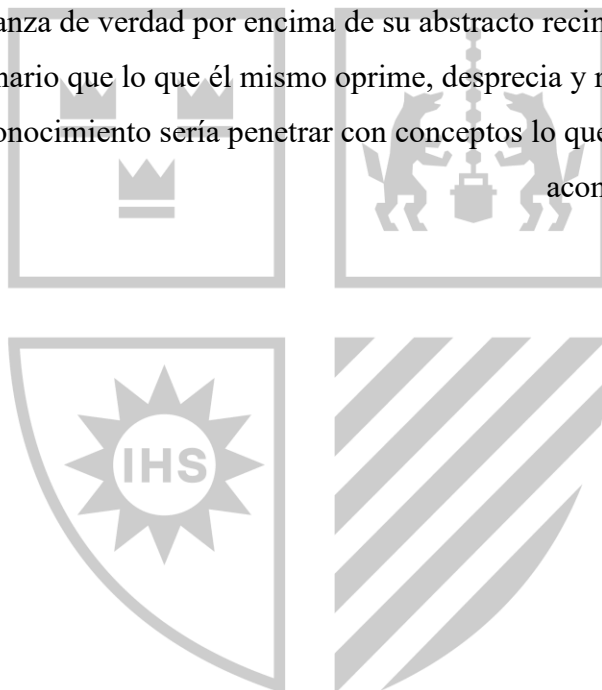


Mario Carlos Granda Rangel
Secretario de la Comisión

*Conforme a lo establecido en el documento de identidad

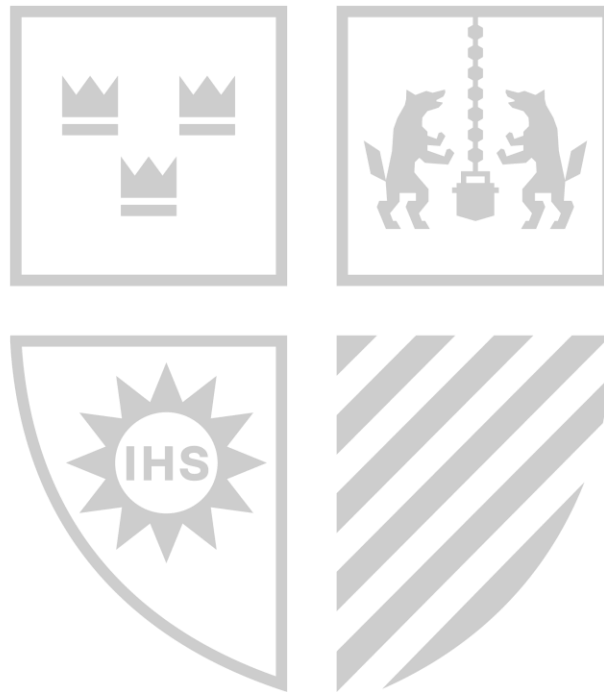
A la filosofía le es imprescindible —por discutible que ello sea— confiar en que el concepto puede superar al concepto, al instrumento que es su límite; esta confianza en poder alcanzar lo supraconceptual es así una parte necesaria de la ingenuidad de que adolece. De otro modo tendría que capitular, y con ella todo lo que fuera espíritu. Sería imposible pensar hasta la operación más sencilla, no existiría la verdad, en rigor todo sería nada. Sin embargo, lo que el concepto alcanza de verdad por encima de su abstracto recinto no dispone de otro escenario que lo que él mismo oprime, desprecia y rechaza. La utopía del conocimiento sería penetrar con conceptos lo que no es conceptual sin acomodar esto a aquéllos.

Adorno (1984, p. 18)



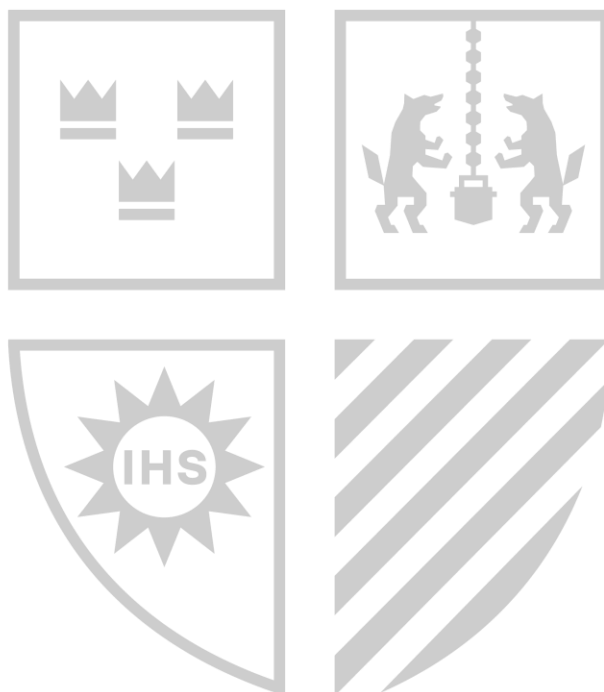
DEDICATORIA

A Irma, Edita, Edwin, Lesly, Nickol, Ana Lucía, Susana, Briela y Milagros. Porque en ese orden escuché sus voces en Corazón Serrano.



AGRADECIMIENTOS

Expreso mi gratitud a la Profesora Soledad Escalante Beltrán, porque su orientación crítica y metodológica contribuyeron en el desarrollo de la presente tesis. Gracias también a Corazón Serrano, por demostrar dialéctica en sus canciones, como en el verso que dice: “Hoy que no estás, preguntaré a mi consciencia”.



RESUMEN

A partir de la dialéctica negativa de Theodor W. Adorno, esta tesis propone una lectura crítica del fenómeno del “ampay”, forma espectacularizada de presentar la infidelidad en la televisión peruana. El enfoque se justifica porque, frente a los sistemas que subsumen lo real en totalidades conceptuales, Adorno plantea el reconocimiento de la no-identidad entre concepto y objeto, es decir que el concepto no agota al objeto. Aplicado al “ampay”, esto permite cuestionar cómo la industria cultural transforma la experiencia afectiva en mercancía simbólica. El espectáculo televisivo impone una comprensión homogénea del fenómeno tornándola repetible, rentable y aparentemente transparente, al margen de sus tensiones internas. Bajo el término “ampay”, la infidelidad pierde su carácter ético, íntimo y contradictorio, reduciendo el sufrimiento del sujeto a mero consumo. Este fenómeno revela una racionalidad instrumental que configura identidades falsas. La tesis analiza las condiciones espectaculares de este proceso, en su aparición, sus contradicciones irresueltas y los efectos en la subjetividad del sujeto. A través del análisis del caso de Christian Domínguez y su exposición en el programa *Magaly TV, la firme*, se demostrará que el espectáculo impone un concepto identitario de infidelidad que invisibiliza las tensiones entre el deseo, el amor y la verdad.

Palabras clave: industria cultural, espectáculo, infidelidad, contradicción, no-identidad

ABSTRACT

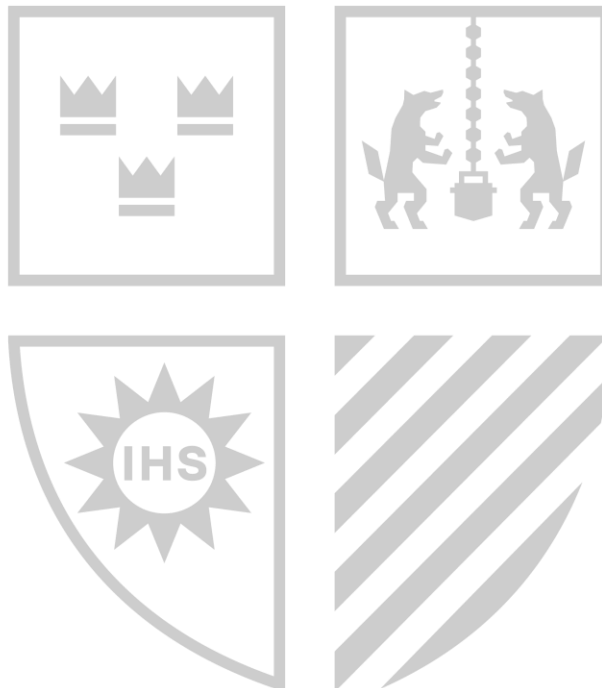
Based on Theodor W. Adorno's negative dialectic, this thesis proposes a critical reading of the "ampay" phenomenon, a spectacularized form of presenting infidelity on Peruvian television. This approach is justified because, in contrast to systems that subsume reality into conceptual totalities, Adorno proposes the recognition of the non-identity between concept and object, that is, that the concept does not exhaust the object. Applied to the "ampay," this allows us to question how the cultural industry transforms affective experience into a symbolic commodity. The television spectacle imposes a homogeneous understanding of the phenomenon, making it repeatable, profitable, and seemingly transparent, regardless of its internal tensions. Under the term "*ampay*," infidelity loses its ethical, intimate, and contradictory character, reducing the subject's suffering to mere consumption. This phenomenon reveals an instrumental rationality that configures false identities. The thesis analyzes the spectacular conditions of this process, its emergence, its unresolved contradictions, and the effects on the subjectivity of the subject. Through an analysis of the case of Christian Domínguez and his portrayal on the program *Magaly TV, la firme*, it will be demonstrated that the spectacle imposes an identity-based concept of infidelity that obscures the tensions between desire, love, and truth.

Keywords: cultural industry, spectacle, infidelity, contradiction, non-identity

TABLA DE CONTENIDOS

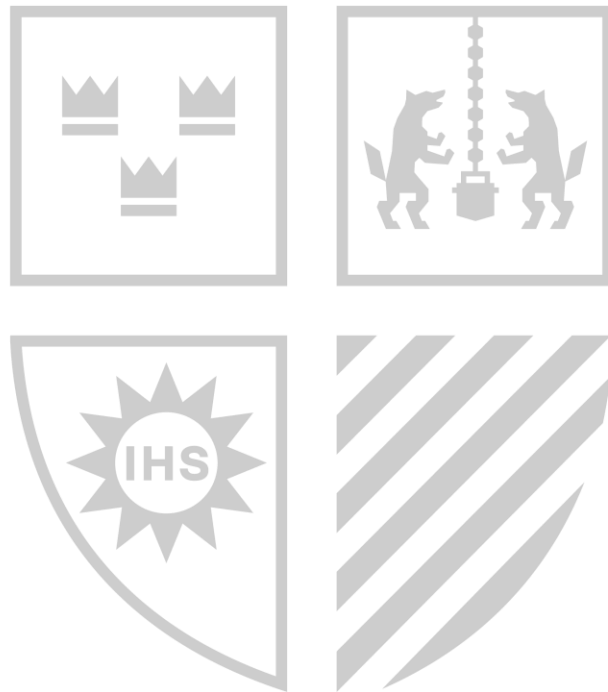
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I: EL TODO ES LO FALSO: EL ESPECTÁCULO COMO PSEUDOMUNDO Y FORMA DE DOMINACIÓN	27
1.1. La industria cultural: formación, legitimación del capital cultural y simbólico	28
1.1.1. Mecanismos de producción: control y reproducción de sentido.....	32
1.1.2. El espectáculo como cosmovisión moderna	35
1.1.3. Mundo invertido y afirmación de la apariencia.....	37
1.2. Falsa verdad del espectáculo: Debord y Adorno	39
1.2.1. Del absoluto al todo falso: crítica a la totalidad hegeliana y crítica a la apariencia ...	40
1.2.2. Convergencias entre Debord y Adorno: falsedad como estructura de mundo	47
1.3. Falsedad estructural y apertura dialéctica: hacia Adorno	50
CAPÍTULO II: PENSAR DESDE LA NEGATIVIDAD: CRÍTICA A LA IDENTIDAD Y PRODUCCIÓN DE FALSEDAD	51
2.1. El sujeto moderno y la absolutización del conocimiento	52
2.1.1. Crítica a la identidad y rescate de la no-identidad	55
2.1.2. La apariencia como estructura de la verdad falsa	57
2.1.3. Deseo, impulso y falsedad: crítica a la imagen del sujeto	60
2.2. El vocablo “infiel” como síntoma de la totalización	61
2.2.1. La infidelidad desde la perspectiva del sistema cerrado de Hegel	62
2.2.2. El concepto de infidelidad desde la perspectiva filosófico-crítica de Adorno	63
2.3. Del sujeto al mundo: falsedad como forma de realidad.....	65
CAPÍTULO III: EL “AMPAY” Y LAS CONTRADICCIONES IRRESOLUBLES DEL CONCEPTO “INFIEL” EN LA SOCIEDAD PERUANA DEL ESPECTÁCULO	67
3.1. Aclaraciones sobre el caso: el “ampay” como fenómeno cultural y mediático.....	68
3.1.1. El “ampay” como industria cultural y espectáculo	70

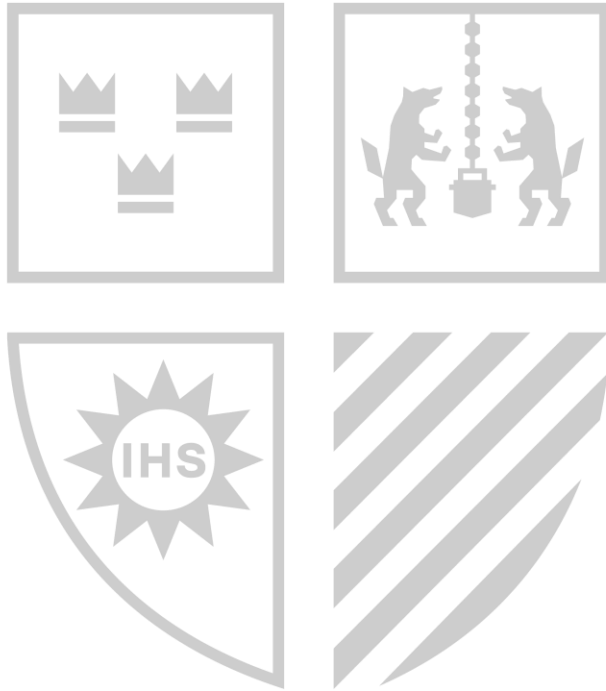
3.1.2. El “ampay” como espectáculo de deseo y dispositivo de visibilidad.....	75
3.2. La infidelidad como concepto en tensión: contradicciones desde la dialéctica negativa	78
3.2.1. La infidelidad como ruptura de la unidad ética: una lectura desde Hegel.....	79
3.2.2. El sujeto infiel como figura de no-identidad: sufrimiento, alineación y contradicción.....	83
3.3. El sujeto infiel como figura de no-identidad: falsedad, espectáculo y sufrimiento.	87
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. El movimiento irresoluble de la infidelidad..... 92





INTRODUCCIÓN

Comprender un fenómeno sin reducirlo a una totalidad conceptual, ni someterlo a una síntesis forzada, exige una forma distinta de pensar: una dialéctica que no tenga por objetivo resolver contradicciones, sino conservarlas como muestra concreta de la resistencia de lo real frente al concepto. Es esto, precisamente, lo que el filósofo alemán Theodor Adorno (1903-1969) desarrolla cuando formula la *dialéctica negativa*, que se opone a la idea de una identidad absoluta entre concepto y objeto y, por consiguiente, hace que la no-identidad cobre importancia en tanto y en cuanto que se vuelve el principio metodológico y filosófico de la teoría crítica (Adorno, 1966, 1984 & 2022). En la línea de reflexión pragmático-revolucionaria inaugurada por Hegel y profundizada por Marx,¹ Horkheimer (2000, pp. 37-39) afirma que la teoría crítica, a diferencia de la teoría tradicional, se destaca ciertamente por su bien asentada dimensión hermenéutico-comprensiva, que la emparenta con la tradición formativa —toda teoría filosófico-social, en efecto, quiere comprender el fenómeno social—, pero mientras la teoría tradicional se limita a la interpretación diagnóstica problemática, la teoría crítica se destaca sobre todo por un impulso revolucionario y emancipatorio que busca transformar la realidad social. En consecuencia, la teoría crítica gesta un enfoque antropológico cuyo basamento antideterminista y, por eso mismo, antihistoricista impulsa el surgimiento de un enfoque socioepistemológico que pone en evidencia que todo saber es un constructo social condicionado por las lógicas del sistema de producción: el saber histórico y socialmente contextualizado y consciente de sí apuntala, luego, la actitud antimetafísica que delimita los contornos de la teoría crítica (cf. Horkheimer & Adorno, 1998, p. 72, pp. 266-268 & pp. 288-289). Así, mientras la teoría tradicional se limita a enumerar los problemas que aquejan a la sociedad, por su parte la teoría crítica busca y concibe formas revolucionarias de abordar los

¹ Estudios recientes ponen de relieve el enfoque antropológico-constructivo que apuntala la filosofía hegeliana y, consecuentemente, destacan la importancia que Hegel reconoce a la agencia humana en su dimensión estético-productiva como insumo fundamental para la construcción de la sociedad moderna contemporánea (cf. Cruz-Guerrero, 2020 & 2023, pp. 3-8). Por otra parte, sobre Marx y Engels y cómo su obra fue recibida y asimilada por la crítica especializada durante el siglo XX poniendo el énfasis en las interpretaciones utopistas, véase González (2020).

problemas sociales para transformar la realidad en un sentido ético-humanizador (Ávila, 2012, p. 79 & pp. 82-86). Los estudios destacan, pues, que la teoría crítica se estructura no solo por su carácter teórico-revolucionario, sino también por su vocación pragmático-emancipatoria. En efecto, la teoría crítica es, sin duda ninguna, una revolución intelectual propia y original del siglo XX, pero también es una revolución pragmática con impacto praxeológico: en el mundo globalizado, atravesado por el colonialismo, la teoría crítica busca la emancipación individual, ciertamente, pero sin desconectarla de la emancipación colectiva, como acertadamente explican Benente (2019, p. 331), Zamora (2018, p. 235), Ribeiro (2015, p. 241) y Pienknagura (2004, p. 61). La teoría crítica es un pensar situado consciente de su posicionamiento histórico. En tanto y en cuanto que critica, desmonta y desmantela la teoría tradicional mostrando sus límites y sus contradicciones inherente: rebate el abstraccionismo, el intuicionismo y el historicismo que se asienta en el principio de identidad entre lenguaje y realidad, entre concepto y objeto. “La filosofía presta voz a la contradicción entre creencia y realidad y se atiene así de manera estricta al fenómeno temporalmente condicionado”, afirman Horkheimer & Adorno (1998, p. 289). La crítica especializada indica que, en efecto, la Escuela de Frankfurt comprende que la industrialización del arte y la cultura amenaza con disolver la creación libre, la individualidad y el pensamiento crítico no para deshacerlos y desaparecerlos por completo y definitivamente, sino para trastocarlos y transformarlos en medios opresivos que sirvan a la perpetuación de la posición de dominio de los detentadores de los medios de producción capitalista a través de la profundización intensiva de la ideología del consumo en la cultura contemporánea: “Essa industrialização da Arte e da Cultura dissolveria a criação livre, a individualidade, o pensamento e transformá-los-ia em meios para perpetuar a dominação dos possuidores do capital, pela via da ideologia de consumo”, acota Ribeiro (2015, p. 241).

En esa línea de reflexión y análisis crítico, Adorno (2022, p. 10, p. 55 & p. 133) reconoce que, en la tradición intelectual occidental, el pensamiento siempre ha intentado captar el objeto y que la modernidad, con Kant (*KrV*, B XXVI-XXVII), ha llegado a discernir la idea de que, sin embargo, el objeto —la cosa en sí— excede al concepto que lo nombra (*cf.* Adorno, 1984, pp. 294-296). Adorno sostiene que, cuando se pretende captar la realidad —el objeto—, el concepto la reduce y, en consecuencia, se produce una suerte de violencia que desgarrar y borra las tensiones y matices que constituyen al objeto. En sociedades regidas por formas de producción masiva de sentido, como en las que está presente la industria cultural contemporánea, esta identidad forzada se vuelve regla imperante. Así, la televisión, el espectáculo —término acuñado por el filósofo francés Guy Debord (1931-1994)—, y los

otros medios de entretenimiento —la radio, el cine y, más tarde, el internet y las redes sociales digitales— configuran un mundo donde los sujetos son moldeados por relatos, pero también, ciertamente, por imágenes prefabricadas que transforman sus afectos, sus deseos y sus comprensiones. “La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema”, afirman Horkheimer & Adorno (1998, p. 165). Dicho sistema ha ganado en envergadura, sin duda, y hoy más que nunca hunde sus raíces en la realidad contemporánea mediada por la imagen y la saturación que produce el hiperflujo de información característico de la nueva era digital con su potencial para obnubilar la inteligencia y anegar el pensamiento crítico (cf. Neto & Canastra, 2021, p. 70).

Con este marco teórico enfocamos, pues, el fenómeno social de la infidelidad, cuya comprensión filosófico-crítica constituye el interés central de esta tesis. No omitimos el hecho de que la infidelidad es un fenómeno sumamente complejo que involucra factores no solamente psicoafectivos, sino también jurídicos, económicos, culturales, históricos, etc., como bien ponen de relieve estudios como los desarrollados desde la psicología por Romero, Rivera & Díaz (2007, pp. 121-147), Espinoza, Correa & García y Barragán (2014, pp. 135-147) y Castrejón (2025, pp. 55-68). En esa línea, queremos aportar a una mejor comprensión del fenómeno de la infidelidad desde la perspectiva de la teoría crítica (cf. el contraste que hacemos entre Hegel y Adorno en el apartado 2.2.) y aplicando técnicas de análisis del discurso a un caso seleccionado por su gran impacto mediático (especialmente en el apartado 3.2). Procederemos de esta manera porque coincidimos con Boladeras (2015) en la convicción de que: “El lenguaje discursivo permite explicitar unos aspectos de la realidad, pero nunca podrá expresar lo que se revela en las obras de arte y que pertenece también a la realidad”. En este contexto de ideas, cabe señalar que diversos estudios —desde la sociología, la antropología, las ciencias de la comunicación y los estudios culturales— inciden en la idea de que la infidelidad emerge al imaginario social contemporáneo como discurso social difundido por los medios de comunicación masiva en la medida en que deja de ser únicamente una experiencia íntima o un dilema ético-afectivo para ser convertida en una mercancía simbólica susceptible de generar rentabilidad. Los discursos mediáticos sobre la infidelidad se adaptan a las nuevas plataformas discursivas que gestan las redes sociales (Martens, 2024). Los medios de comunicación tradicionales, especialmente la televisión, crean una forma particular de relato mediático repetible, consumible y rentable en torno a la infidelidad. En nuestro país, el Perú, este proceso ha adquirido un nombre propio y se ha expandido de forma transversal en todos los estratos socioeconómicos con una palabra de uso coloquial cuyo significado ha sido transformado

por el uso mediático: el “ampay” (cf. Quezada, 2005, p. 33). Con esta etiqueta que encubre la profundidad del fenómeno social en sus dimensiones subjetiva e intersubjetiva, la infidelidad es capturada por las cámaras ocultas para ser transmitidas en señal abierta, ser convertida en espectáculo y generar una verdad cultural tendenciosa, manipulable y funcional a los mecanismos de control social que debilitan el potencial emancipatorio de las corrientes críticas y los movimientos sociales que aspiran al desmontaje de la colonialidad al asentamiento más profundo de la vida democrática. Aunque pareciera tener una función explicativa, en realidad, el término “ampay” no explica nada, sino que tan solo indica una situación de manera superficial, aunque con apariencia de profundidad, y se impone como sentido común.

En esa línea de reflexión crítico-analítica, la presente tesis defiende el argumento de que el “ampay”, como forma espectacularizada de la infidelidad, es un falso todo en el sentido adorniano de que presenta lo parcial e incompleto como totalidad, invisibilizando los aspectos más fundamentales de la experiencia humana: al reducir a la persona a su mundo afectivo mediante la falsa censura moralizante, oculta otras dimensiones humanas igualmente fundamentales como la dimensión política, la dimensión autorreflexiva y la dimensión crítico-emancipatoria capaz de resignificar y reintegrar las experiencias en nuevos horizontes de autocomprensión (cf. Adorno, 2001, p. 48, p. 10 & p. 27). En efecto, la infidelidad mediatizada aparece como un fenómeno discursivo portador de verdad; sin embargo, encubre contradicciones no resueltas en torno al deseo, el amor, la ética y la subjetividad. De esta manera, la presente tesis no se propone identificar ni definir qué se comprende por infidelidad en el imaginario social,² sino que, más bien, esta tesis se propone analizar las formas en que la infidelidad aparece en el discurso mediático espectacularizado, las tensiones que arrastran consigo dichas formas y los efectos que producen sobre los sujetos, tomando como marco analítico la teoría crítica y, especialmente, el concepto de *dialéctica negativa* y la crítica que este despliega contra el pensamiento identitario que domina tanto en la filosofía tradicional, como en la cultura de masas. Desde la perspectiva de la teoría crítica se puede observar que el desplazamiento de la infidelidad desde la esfera

² La metodología implementada por la tesis considera la hermenéutica filosófica y el análisis del discurso. La hermenéutica filosófica se aplica a las fuentes filosóficas maestras (Hegel, Adorno y Debord) y las fuentes secundarias. El análisis del discurso se aplica a los testimonios del cantante y actor de televisión Christian Domínguez especialmente seleccionados para el presente estudio. Una investigación sobre la comprensión que existe en el imaginario social sobre la infidelidad tiene otra naturaleza y requiere otra metodología, pues implica una teoría de la recepción que explique de qué manera la audiencia recibe, procesa y asimila los discursos mediáticos sobre la infidelidad.

privada hacia el espectáculo televisivo no es, en modo alguno, un cambio de escenario, sino una transformación discursiva conservadora y contraemancipatoria cuya intención es inhibir el pensamiento crítico, ahogar la consciencia histórico-crítica y, en suma, ralentizar la movimientos sociales que exigen participación efectiva en el sistema político-social de gobierno democrático. La legítima agenda social, luego, disputa espacio discursivo con la agenda mediática. En esa línea, el “ampay” es un distractor que desvía la atención de la ciudadanía, reducida a teleaudiencia, desde los temas económicos, políticos, sociales e institucionales real y verdaderamente públicos y relevantes socialmente hacia otros temas aparentemente públicos.

El “ampay” es una estrategia de ocultamiento y silenciamiento de las demandas sociales que estructuran la agenda pública. En efecto, cuando una persona famosa traiciona a su pareja, el espectáculo convierte la experiencia privada en producto mediático y le asigna, así, un sentido redefinido por la opinión popular y masiva: lo que es un tema que, en principio, interesa a la pareja y al entorno socioafectivo más inmediato se convierte en tema de *debate público pseudodemocratizante* en el que todas las voces parecen tener la misma competencia y autoridad para opinar y juzgar. En continuidad con los estudios de Martens (2024) y Sánchez (2013, p. 91), en el contexto de la presente tesis la noción “ampay” se refiere al descubrimiento y la exhibición mediática de una persona famosa que ha cometido una infidelidad. Tal como es representado en el programa *Magaly TV, la firme*, el “ampay” no es solo una imagen que refleja la infidelidad, sino que se vuelve una forma dominante de aparecer en el imaginario del público televidente en el Perú. Es una figura cultural donde el acto privado —que anteriormente podría ser visto como un conflicto ético, afectivo o relacional— se convierte en escándalo, la emoción en juicio, y la singularidad de cada historia en repetición sin cambios.

Por consiguiente, provista con el enfoque de la teoría crítica, esta investigación se propone analizar el “ampay” no como un suceso mediático aislado e insular, sino como un síntoma de una racionalidad espectacular que transforma a la ciudadanía en teleaudiencia atomizada y contradictoria y le impone formas de ver, de juzgar y de desear, sin cuidarse de ocultar su carácter instrumental destinado a la regulación social de los modos de conducirse que pueden desarrollar los individuos en la sociedad capitalista contemporánea. En consecuencia, la tesis pretende no solo exponer la infidelidad en la cultura de masas, sino comprender, a través del análisis del discurso, cómo se construye un sujeto —la

persona infiel— a partir de los criterios estandarizados, repetitivos y contradictorios que aplica la industria cultural peruana (véase el apartado 3.2).

Así, pues, la pregunta que guía la investigación puede ser formulada de la siguiente manera, a saber: ¿cómo se configura la dialéctica negativa de la noción “infidelidad” al interior de la industria peruana del espectáculo a través del discurso de un personaje mediático? Para responder con claridad a esta pregunta, se ha elegido, convenientemente, un objeto de estudio: el programa televisivo *Magaly TV, la firme*. Estudios recientes destacan que este programa televisivo se caracteriza no solo por el entretenimiento y sus notas periodísticas de la farándula, sino también por la exposición sistemática de los “ampayados/as” (cf. Martens, 2024, pp. 40-49). Si bien los estudios reportan actividades periodísticas anteriores a 1996 (Sánchez Sierra, 2019, p. 10 & Sánchez, 2013, p. 66), Magaly Medina consolida su fama como conductora de televisión de señal abierta en el Perú con la emisión, en 1997, de un programa que se mantiene al aire hasta nuestros días: aunque el programa ha cambiado de nombre varias veces, el formato y el estilo informativos siguen siendo los mismos. En más de una oportunidad ha liderado picos de rating bastantes significativos en señal abierta, particularmente en horarios nocturnos entre lunes y viernes (Sánchez, 2013, p. 19). Si bien su programa expone un conjunto de noticias a lo largo de toda su emisión, estos llegan a ser llamativos por el contenido en sí mismo en la medida que ha expuesto un sin número de infidelidades —“ampays”— de personas conocidas de la farándula peruana. Por todo ello, este programa es un espacio en donde el “ampay” ha sido sistemático articulado como forma de verdad cultural y mercancía emocional, con profundas consecuencias en la manera en que los sujetos experimentan y se representan sus relaciones afectivas.

Por consiguiente, el objetivo principal de la tesis es analizar filosóficamente el concepto de infidelidad tal como se configura en la sociedad peruana del espectáculo a partir del “ampay” televisado. No apuntamos a conceptualizar esencialmente qué es la infidelidad, sino, más modestamente, a pensar sus tensiones internas, sus contradicciones conceptuales y, finalmente, sus acelerados desplazamientos fenomenológicos, es decir: sus transiciones discursivas desde la esfera privada y subjetiva hasta la conversión de su sustancia en mercancía espectacular televisada. Para lograr nuestro propósito es oportuno que recurramos al pensamiento filosófico de Theodor W. Adorno y, especialmente, a la propuesta crítico-metodológica que contiene su concepto “dialéctica negativa”, de la cual hacemos abstracción pues permite cuestionar la pretensión de totalidad de los conceptos

al focalizarse en lo no-idéntico, lo que resiste a la definición cerrada (Adorno, 1984, pp. 13-14). En el despliegue de la investigación, entonces, se articulará una lectura crítica de los conceptos “industria cultural” (Horkheimer & Adorno, 1998, pp. 165-212) y “espectáculo” (Debord, 1967),³ con el fin de comprender cómo se normalizan ciertas formas de representación del amor y la traición en el imaginario social peruano y latinoamericano desde la perspectiva de la enunciación.⁴ De esta manera, no pensaremos el “ampay” como excepción escandalosa, sino como forma habitual de representar el conflicto afectivo en la cultura de masas.

En ese sentido, las relaciones interpersonales de hoy en día resultan fragilizadas porque se ven trastocadas por las diferentes referencias mediáticas a las que estamos expuestos los sujetos del siglo XXI. Estamos hablando de que el programa en sí mismo tiene una forma particular de entender los fenómenos —la infidelidad— y transmitir sus propias subjetividades a los sujetos (sociedad) con tal de normalizarlos y controlarlos. Uno de esos temas, por ser una experiencia humana, es la infidelidad. Es decir, la idea de infidelidad, hoy en día, se ve trastocada por los medios de comunicación, particularmente por la televisión. La televisión, como medio de producción capitalista, forma parte de la industria cultural que intenta controlar a los sujetos y, como parte de su quehacer, desvirtuar la cultura como tal. El concepto de industria cultural (*Kultureindustrie*) surge con Horkheimer & Adorno (1998) a propósito de la crítica que los filósofos dirigen contra el triunfo del capitalismo y la manipulación de las masas a partir de sus medios de producción: el cine, la radio, la música, la televisión, entre otros (cf. Ávila, 2012, p. 79 & pp. 82-86). La televisión es, pues, una industria cultural y, al igual que las otras, tiende no solo a la manipulación de la subjetividad de los sujetos, sino que, además, se apropia de los talentos antes de que estos exploten: “[los] talentos pertenecen a la empresa, aun antes de que ésta los presente: de otro modo no se adaptarían tan fervientemente [...]”, sostienen Horkheimer & Adorno (1998, p. 167). Es decir, las industrias culturales, de alguna u otra forma, modifican los comportamientos aún antes de que los sujetos sean expuestos al contenido y su naturalización es un reflejo más de su influencia en las masas.

Se observa, entonces, que el espectáculo del programa de Medina es un modo de reproducción cultural. Según Debord (2014), en efecto, el espectáculo: “Es el corazón del

³ “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes”, afirma Debord (2014, p. 36).

⁴ En este punto la tesis encuentra su límite metodológico-crítico y pragmático-aplicado. Estudios dedicados a la recepción de los discursos mediáticos sobre la infidelidad podrán complementar la perspectiva crítico-metodológica aplicada en la presente tesis.

irrealismo de la sociedad real [...]” (p. 36). El filósofo francés se explica: “Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el *modelo* presente de la vida social dominante [...]” (p. 36; énfasis en el original). En esa línea, el fenómeno del “ampay” (de la infidelidad) se convierte en un modo de vida que trasciende a multitudes y no es algo de un momento o que se detenga —a pesar de la moda efímera y los titulares pasajeros—, sino que es duradero en el tiempo. Esta prolongación no es más que un efecto del espectáculo. En ese sentido, la exposición del “ampay” se convierte en real y eficaz porque tiene efecto hipnótico (cf. Debord, 2014, pp. 39-40). En ese sentido, el fin del espectáculo no es solo hipnótico, sino que, como dice Escobar (2017, p. 247) parafraseando a Debord (1992, §§ 13-14):

[el espectáculo] no persigue ningún fin más allá de sí mismo [ya que] sus medios son al mismo tiempo sus fines [...] el fin no existe, sino que más bien su desarrollo lo es todo, pues la razón de ser del espectáculo no es más que alcanzarse así mismo [...] ⁵

En otras palabras, los “ampays” se vuelven hechos reales que no solo tienen la finalidad de reproducirse, sino que son un medio para que tales hechos permanezcan como reales en el espectáculo y transmitan una verdad, dentro de un mundo de mentiras, respecto al amor, la subjetividad y las relaciones interpersonales. Así, observamos que la sociedad peruana del espectáculo está siendo caracterizada por miradas engañadas y falsas consciencias a través del “ampay” (cf. Debord, 2014, p. 36, p. 70 & p. 145). En otras palabras, en tanto y en cuanto que se encuentra en la realidad del espectáculo, el “ampay” hace que quien lo observe y se encuentre hipnotizado, viva en un mundo de apariencias. Este mundo de apariencias, dominado por el espectáculo, se sostendrá como un todo falso —al modo en que lo plantea Adorno—, ocultando bajo una lógica de visibilidad hipnótica las tensiones irreductibles entre concepto y objeto que representan a la infidelidad espectacularizada. Esta dimensión hipnótica del espectáculo requiere, no obstante, un abordaje más riguroso que el que ofrecen las ciencias de la comunicación, sin que ello desmerezca sus aportes nutricios: por su propia complejidad, el fenómeno demanda una mirada filosófico-crítica.

La propuesta teórico-crítica de Adorno, con su potencia reflexiva y autorreflexiva, permite, pues, comprender la falsedad estructural de los contenidos que el espectáculo ha

⁵ « [...] dans le spectacle, image de l'économie régnante, le but n'est rien, le développement est tout. Le spectacle ne veut en venir à rien d'autre qu'à lui-même [...] », afirma Debord (1992, § 14, citado por Escobar, 2017, p. 247).

impuesto —como el “ampay”—, no solo en su forma de presentación, sino también en la forma en que se configuran los conceptos que lo sostienen. El espectáculo, en tanto que idea, aparenta ser más complejo en su lógica. Según Russell (2021), la propuesta de la sociedad del espectáculo se acerca a la propuesta adorniana que plantea que *el todo es lo falso*; es decir, el espectáculo, en otras palabras, es un todo falso. El espectáculo, con el que se desprenden un conjunto de imágenes, invita a los sujetos a tener una subjetividad particular llena de mentiras respecto a los fenómenos. Es decir, el espectáculo muestra un conjunto de apariencias y, por lo tanto, como plantea Adorno (2001, p. 10), la vida está llena de apariencias creadas por las esferas del consumo. Para Debord (2014, p. 36), este mundo paralelo estaría basado en una *Weltanschauung* (visión del mundo). Incluso, Adorno (2001, p. 141-142) afirma la experiencia de un pseudomundo paralelo porque sostiene, en *Mínima moralia*, que la humanidad siempre se aferraría a las estructuras sociales —las industrias culturales— que se burlan de ella. Es decir, lo que se muestra como sencillo en su apariencia, oculta gran complejidad. En ese sentido, el espectáculo del “ampay” —de la infidelidad— está copado de verdades aparentes transmitidas en imágenes y su unificación como una totalidad es un problema. Por consiguiente, el concepto del espectáculo, por su variedad, es complejo y difícil de inteligir y entender.

Por consiguiente, entender el espectáculo requiere que, a través del método crítico-reflexivo, identifiquemos y comprendamos los conceptos y, con ello, las subjetividades que están adheridas a ellos. Este conjunto de conceptos llega al espectador, inserto en su pseudomundo espectacular, como verdades que enmascaran mentiras. Es decir, si el “ampay” es un todo falso, entonces, para decirlo con otras palabras, el “ampay” coincide con la propuesta elaborada por Theodor W. Adorno en relación con la dialéctica negativa. Si bien su propuesta tiene un origen en la teorización de Hegel, Adorno (2020) elabora una contrapropuesta y entiende que la dialéctica es “[...] al modo en el que el concepto, para hablar de Hegel, se mueve; concretamente, en dirección a su opuesto, lo no conceptual [...]” (p. 41). Lo que tratamos de entender es que la cosa —el “ampay”— y su concepto —la infidelidad— no coinciden (Adorno, 2022). Por ello, la contradicción, como bien advierte Adorno (2020), es “[...] de las cosas mismas, de la contradicción *en* el concepto, no de la contradicción *entre conceptos* [...]” (p. 41; énfasis en el original). Esto nos lleva a pensar que el principio de contradicción tiene un doble sentido. Por un lado, el concepto se encuentra en contradicción con la cosa a la que hace referencia y, por el otro lado, la contradicción es un elemento del pensar que preserva el contacto con las inmediatas experiencias (i.e.: el concepto ya es teoría). En otras palabras, según Adorno (2020): “[el

concepto, pues, en esa medida siempre queda rezagado frente a aquello que subsume [...]” (p. 42). Para entender esto, pensemos en el fenómeno en cuestión: “el ampay”, que no es otra cosa más que un acto de infidelidad. Por ejemplo, si pensamos en el concepto de infidelidad y lo expresamos/practicamos, entonces este concepto de infidelidad no es. El concepto no se ajusta al objeto. No es solo la unidad de características de todos los sujetos la que los hace ser infieles, sino que va mucho más allá. El concepto de infidelidad reside como una remisión a algo que a los sujetos les estará garantizando esa infidelidad: los “ampays”, las industrias televisivas, las películas relacionadas con esos temas, entre otros. Esto último es, según Adorno (2020), el agregado de lo que entiende por concepto en tanto y en cuanto que este es, al mismo tiempo, los elementos que son comprendidos en él.

Ahora bien, respecto al estado de la cuestión, diversos autores reflexionan y sostienen que la masificación de las industrias culturales es un fenómeno que se ha agudizado en los últimos cinco años a partir de la evolución y reproducción constante del uso de las redes sociales que transmiten información —noticias— en tiempo real que pueden llegar a ser virales, dependiendo del impacto e interés sociales que susciten (Oré, 2021; Blasco, 2021 & Meza, 2022). En esa línea, la tesis se inscribe como parte de la corriente de la teoría crítica que se propone analizar la sociedad contemporánea desde una óptica filosófica. Las investigaciones recientes demuestran la validez de la teoría crítica en nuestros días, particularmente desde la teoría adorniana. En esa línea, estudios recientes destacan la vigencia de la dialéctica negativa y sostiene que la teoría crítica, en efecto, “[...] no es solo una teoría de la transformación histórica[, sino que] es, ante todo, una teoría que busca abolir el sufrimiento sin sentido en el mundo [...]”, como afirma García (2024, p. 168). Es decir, la teoría crítica nos lleva a cuestionarnos y a denunciar las condiciones de sufrimiento mientras nos invita a buscar alternativas para alcanzar una mejor comprensión del fenómeno. Es más, la realidad actual no solo se transforma, sino que también experimenta catástrofes sociales que dan muestra de una regresión histórica, como, por ejemplo, la catástrofe humanitaria en Gaza y los discursos mediáticos que la justifican (García, 2024). La investigación desarrollada por Ipar (2020) se concentra en un fenómeno bastante próximo al que estudia la presente tesis cuando revisa la crítica del sujeto moral desde la teoría adorniana. La dialéctica negativa contribuye a la crítica moral porque permite comprender que la reflexión moral de hoy en día, sostiene Ipar, se ha vuelto “[...] incapaz de comprender conceptualmente la totalidad de lo que sucede en una situación moral [...]” (p. 44). Así, la investigación de Ipar nos revela la vigencia de la dialéctica negativa. Recientemente, un equipo de investigación conformado por

investigadores e investigadoras peruanos han publicado un artículo cuyo objetivo es presentar una perspectiva epistemológica que compare las posiciones críticas de la sociedad actual con los planteamientos de la Escuela de Frankfurt (Bolo et al., 2021). Para los investigadores, el sistema económico debe fomentar la satisfacción de necesidades para que la sociedad y sus individuos mejoren su calidad de vida. El estudio obtiene testimonios a través de entrevistas: en sus hallazgos plantean que debe existir una integración entre los elementos que conforman el Estado y la idea de un proyecto de vida mejor para con los ciudadanos que conforman la sociedad civil (Bolo et al., 2021).

Las investigaciones consultadas demuestran la vigencia y la discusión de la teoría crítica en nuestros días. La crítica social desde la filosofía es esencial para comprender a profundidad los fenómenos que experimentan los sujetos. Sin embargo, no se ha registrado una investigación que, desde la teoría crítica, investigue la infidelidad. En ese sentido, la presente investigación pretende aportar, desde la teoría crítica, una perspectiva filosófica aplicada al concepto de infidelidad siguiendo los lineamientos de la teoría de la dialéctica negativa. Tal como hemos explicado más arriba, el espectáculo del “ampay” encierra en sí mismo una fuerza que se encuentra en sus entrañas. En otras palabras, apostamos por una investigación que analice problemas éticos vinculados directamente con el quehacer político, considerando la realidad peruana y su industria del espectáculo como reproductora de un concepto falso como el de la infidelidad en el “ampay”.

Por lo mismo que esta investigación está inserta en los estudios filosóficos-críticos, es también parte de la perspectiva cualitativa. La metodología cualitativa, por tradición, busca entender los significados y/o características presentes en los fenómenos; es decir, explora el objeto investigado sin recurrir a categorías de análisis preconcebidas. En esa línea, Quintana & Hermida (2020) sostienen que siempre existe un reconocimiento en tanto que “[el] objeto es una construcción que surge de la interacción entre el investigador y lo que el investigador determina y delimita como objeto [...]” (p. 75). En otras palabras, este método permite al investigador poner de relieve aquello concreto que desea analizar y también aquellos límites que tiene su investigación, en la medida en que identifica su objeto. No obstante, los instrumentos y las técnicas que se emplean en la metodología cualitativa no son suficientes para entender a cabalidad el objeto estudiado, razona la crítica especializada, pues el objeto siempre estará abierto a nuevas y divergentes interpretaciones.

Para intentar dar una respuesta al fenómeno, recurriremos a la interpretación: para ello emplearemos el método hermenéutico. Al respecto, Ricoeur (1993) entiende que la

labor de la técnica hermenéutica es la restauración del sentido de los textos. La restauración de sentido hace referencia a todos aquellos fenómenos que nos generan una “sospecha”, una duda, que, para el investigador/a, es relevante y requiere esclarecimiento y/o entendimiento. En consecuencia, la hermenéutica se plantea como aquella explicitación del fenómeno/objeto que genera una sospecha. Respecto a esto último, la sospecha “[...] implica una toma de distancia de la experiencia inmediata del sentido mediante una explicación de los fenómenos de la conciencia para sacar a la luz las ilusiones, los errores y los engaños [...]”, razonan Bertucci & Ferrari (2023, p. 657). Es decir, la actitud del investigador frente a su objeto, desde esta perspectiva de la sospecha, implica dudar frente a aquello que se nos presenta como *texto*. Es decir, el objeto puede mostrarnos ilusiones, errores o contradicciones, que no son necesariamente explícitos, pero que invitan a desentrañar, eventualmente a desenmascarar, para entender y comprender aquello que aparece como objeto de estudio y que se tiene que investigar.

Precisamente por eso, la hermenéutica pretende descifrar las expresiones textuales y discursivas, en otras palabras, generar una nueva mirada al objeto que se encuentra en la realidad. Para Ricoeur (1995), el esclarecimiento del fenómeno “[...] es un acto de análisis mediante el cual nosotros desplegamos la gama de proposiciones y sentidos, mientras que la comprensión es un acto de síntesis por el cual entendemos o captamos como una totalidad la cadena de sentidos parciales [...]” (p. 84, citado por Bertucci & Ferrari, 2023, p. 660). Es decir, explicamos el objeto/fenómeno bajo los conceptos o las premisas seleccionados previamente por el investigador, de modo tal que se entienda el sentido de la investigación. Para que la hermenéutica funcione como técnica en una investigación se requiere de textos. Los textos son discursos (ideas que generan sentidos) en los que el lenguaje ha sido labrado, trabajado. En ese sentido, Palmer (1969, citado en Quintana & Hermida, 2020, pp. 75-77) ratifica que la hermenéutica implica tres pasos bien marcados: lectura, explicación y traducción-interpretación. Brevemente, la primera implica una lectura crítica y profunda de un texto,⁶ la segunda, una explicación del texto como tal, y la tercera, que va de la mano con las anteriores, una reinterpretación de los textos. Esta reinterpretación de la tercera implica una comprensión del fenómeno como tal. Por todo ello, la propuesta de Ricoeur se ajusta a nuestra investigación en la medida que intenta comprender y redefinir la realidad, incluyendo sus variaciones

⁶ El término “texto”, en nuestra investigación, se entenderá en un doble sentido. El primero implica entender el texto como una producción filosófica en la que el discurso es una elaboración conceptual y teórica. El segundo implica entender el texto como un discurso/testimonio elaborado por una persona — que será parte del estudio de caso en el tercer capítulo— y que tiene detrás de sí preconcepciones en torno a un fenómeno.

imaginativas del mundo propias del objeto seleccionado (Bertucci & Ferrari, 2023). Precisamente, el concepto de infidelidad-“ampay” se ajusta como objeto analizable desde la hermenéutica en la medida que será analizado desde un texto —un discurso teórico— elaborado por Adorno (2022). Si para Ricoeur (1993) la hermenéutica implica esclarecer esa sospecha, de alguna u otra manera podría calzar con la propuesta crítica de Adorno (2022) en la medida en que esas sospechas que están detrás de ese concepto hacen que se pongan en evidencia aquellas contradicciones que permanecen ocultas detrás de la infidelidad como concepto. Sumado a ello, el estudio de caso pretende esclarecer cómo dicho concepto está presente en nuestros días a partir de las emisiones, producidas por la industria cultural, de un programa televisivo como *Magaly TV, la firme*.

Con respecto al caso seleccionado, la presente investigación ha decidido analizar el “ampay” realizado al cantante Christian Domínguez (nacido en Lima en 1983). Si bien el programa televisivo *Magaly TV, la firme* cuenta con una amplísima lista de “ampays” a personajes del espectáculo peruano, el caso en mención resulta significativo porque Domínguez ha sido captado públicamente en más de tres ocasiones. La exposición reiterada de sus infidelidades, difundidas por el programa en referencia, justifica que tomemos su último “ampay” como punto de partida para analizar el concepto de infidelidad desde la perspectiva de la dialéctica negativa. En ese sentido, es importante subrayar que esta tesis no pretende estudiar el fenómeno sociológico de la infidelidad, sino solo uno de sus muchos discursos mediáticos tal como es producido y reproducido por la industria cultural del espectáculo en el Perú. Así, el enfoque no recae en la conducta subjetiva desde la perspectiva de la ética, ni en la casuística desde la perspectiva psicológico-sociológica, sino solamente en el modo espectacularizado y mediático en que Domínguez enuncia, trasmite, estabiliza y tensiona un discurso sobre la infidelidad.

Del mismo modo que se explicitan los alcances, es necesario también señalar las limitaciones de esta investigación. En primer lugar, esta tesis no adopta una perspectiva ética o moral sobre la infidelidad. No se busca establecer si las acciones cometidas son correctas o incorrectas, ni se pretende emitir juicio moral alguno sobre el caso particular, ni discutir si la infidelidad es o no éticamente reprochable. Antes bien, el objetivo es buscar e identificar las contradicciones conceptuales de la infidelidad tal como se presentan por el discurso mediático en el espectáculo. En segundo lugar, la tesis no incluye entrevistas ni recurre a testimonios personales, por una razón metodológica y otra logística. Se tratan de figuras públicas con difícil acceso y, dado que el objetivo es analizar

el concepto desde una perspectiva filosófica, se ha optado por trabajar a partir de discursos públicos e imágenes televisadas. Esta decisión permite, además, acceder directamente al modo en que opera la industria cultural en la producción de sentido. Con esto último también descartamos el análisis de imágenes emitidas/repetidas en redes sociales por dos motivos. El primero porque tendríamos que explorar las investigaciones sobre cómo los medios de comunicación construyen un espectáculo en diferentes formatos diferentes al de la televisión (Martens, 2024). El segundo, porque todo los “ampays” inicialmente son transmitidos en la señal abierta de la televisión peruana y, con esas imágenes, son colocados y reproducidos masivamente por las diferentes redes sociales. En tercer lugar, a pesar de que la conducta del programa sea una mujer, también descartamos todo posible análisis desde los estudios recientes de género (Quezada, 2005), pues esto abriría la investigación posiblemente a estudios de corte sociológico, cuando lo que nos proponemos es discurrir siempre y prioritariamente en la perspectiva de la filosofía crítica. Finalmente, es preciso aclarar que, en efecto, si bien es cierto que la teoría hegeliana es referida a lo largo de la tesis, no se propone aquí un estudio de dicho sistema. Se hace uso de las ideas de Hegel solo de manera instrumental, puesto que sirven para entender el sentido que Adorno le da a su propia y original dialéctica negativa. Además, puesto que la teoría adorniana es profunda y emplea un lenguaje técnico-especializado, se opta por un tratamiento riguroso, pero, a la vez, pedagógico: se procura explicar siempre los conceptos clave sin perder la profundidad teórica.

En vista del planteamiento crítico precedente, la presente investigación se orienta a responder la pregunta: ¿cómo se configura la dialéctica negativa de la noción “infidelidad” al interior de la industria peruana del espectáculo a través del discurso de un personaje mediático? Conviene traerla nuevamente a colación, porque esta pregunta no solo enmarca un interés teórico, sino que responde también a la preocupación crítica por las formas actuales de producción simbólica, visibilidad afectiva y control de la subjetividad. Vale decir: la tesis se inscribe en la teoría crítica de la sociedad capitalista, desarrollada en la Escuela de Frankfurt, y más específicamente en la dialéctica negativa propuesta por T. W. Adorno. Esta tesis reivindica el potencial político de la crítica filosófica como herramienta para desnaturalizar conceptos aparentemente evidentes. Por ello, el estudio demuestra que la infidelidad aparece como una categoría pública, espectacularizada y comercializada cuya transmisión masiva construye subjetividades, regula afectos y moldea expectativas amorosas. Consecuentemente, el caso que se analizará pretende mostrar cómo este dispositivo mediático configura un discurso

espectacularizado sobre la infidelidad, mostrando la tensión por contradicciones internas, falsedad conceptual y simplificación afectiva. Con el principio de no-identidad y el análisis de las contradicciones del concepto de infidelidad, la tesis espera develar cómo el espectáculo configura una imagen del sujeto infiel descartando toda su complejidad ética y emocional, así como también qué tipo de comprensión del amor, la pareja y el conflicto efectivo están presentes. Finalmente, la tesis pretende aportar una crítica del imaginario afectivo contemporáneo y mostrar cómo los medios inciden en la configuración de experiencias íntimas desde una lógica que responde al espectáculo más que a la comprensión misma del fenómeno.

Para cerrar esta introducción es oportuno decir que la presente tesis busca situar el concepto de infidelidad como un fenómeno crítico en la sociedad peruana del espectáculo desde la óptica filosófica que no rehúye la contradicción ni la complejidad afectiva, sino que las asume como núcleo problemático para pensar en las condiciones de posibilidad de nuestra experiencia subjetiva-colectiva contemporánea. El primer capítulo busca reconstruir el marco teórico de la industria cultural (Horkheimer & Adorno, 1998) y del espectáculo (Debord, 2014). Comprenderemos, pues, cómo la estructura del poder simbólica organiza la sociedad contemporánea en torno a la imagen, la repetición y la apariencia. El segundo capítulo presenta la dialéctica negativa (Adorno, 2022) como una herramienta teórico-práctica capaz de cuestionar no solo los productos del espectáculo, sino también las condiciones de posibilidad del pensamiento instrumental que naturaliza el espectáculo. Finalmente, en el tercer capítulo se analizará el caso en mención. Se argumentará, pues, que el programa seleccionado no solo expone narrativas sobre el amor y la fidelidad, sino que también impone un concepto identitario que clausura la complejidad del sujeto. Se evidenciará, en suma, cómo el espectáculo convierte un conflicto íntimo en mercancía espectacular, reproduciendo una falsa verdad y revelando las tensiones irresolubles entre verdad, apariencia y subjetividad que son, pues, los complicados y difíciles problemas en cuya reflexión, discernimiento e intelección se estructura la presente tesis.

CAPÍTULO I: EL TODO ES LO FALSO: EL ESPECTÁCULO COMO PSEUDOMUNDO Y FORMA DE DOMINACIÓN

Queremos entender el aspecto mediático-discursivo del fenómeno de la infidelidad en el mundo contemporáneo, que emerge signado por la industria cultural en la sociedad del espectáculo. En ese sentido, es necesario esclarecer los alcances, los límites y las implicaciones de las nociones críticas “industria cultural” (Horkheimer & Adorno, 1998) y “sociedad del espectáculo” (Debord, 2014). En coherencia con esta intención, y en la medida en que ambas categorías facilitan la comprensión de la gestación y la emergencia de discursos mediáticos sobre la infidelidad, este capítulo expone la estructura del poder simbólico que organiza la sociedad contemporánea en torno a la imagen, la repetición y la apariencia. Para ello, tomamos la noción de “industria cultural” (*Kultureindustrie*), desarrollada por Theodor Adorno y Max Horkheimer (1998, pp. 165-212), como también su transformación en lo que Guy Debord (2014) conceptualiza como “sociedad del espectáculo” (*société du spectacle*). Esta transición conceptual revelaremos cómo la cultura deja de operar como un exponente de expresión o crítica para convertirse en un sistema de producción y reproducción de significados funcionales a la lógica del sistema capitalista. Al interior de la sociedad del espectáculo, el mundo moderno produce una cosmovisión invertida —un pseudomundo— que reemplaza la experiencia directa por la representación, disolviendo la diferencia en formas estandarizadas de contenido como también modela la subjetividad de los sujetos mediante el consumo de imágenes. Este pseudo mundo espectacular no se impone únicamente desde fuera, sino que penetra la interioridad, orienta el deseo y moldea las formas de amar, Identificarse y juzgar. En ese sentido, como se verá en el siguiente capítulo, los conceptos como “infiel” no solo nombran conductas, sino que encubren el poder simbólico, que define lo visible, decible y condenable.

El primer capítulo, se organiza en tres secciones. Primero examina las dinámicas de poder implicadas en la formación de la industria cultural: su surgimiento, legitimación

simbólica y mecanismos de reproducción estética. Segundo, analizará el espectáculo como pseudomundo estructurado por el deseo. Las imágenes que se consumen no solo entretienen, sino que administran las necesidades y afecta la agencia de los sujetos, los espectadores. Tercero, como último punto, se exploran las tensiones entre Adorno y Debord en torno a la noción de falsedad como estructura de totalidad, permitiendo así para el segundo capítulo, explorar la crítica filosófica de la verdad espectacular desde la dialéctica negativa.

1.1. La industria cultural: formación, legitimación del capital cultural y simbólico

La noción crítica de “industria cultural” fue conceptualizada por los pensadores de la Escuela de Frankfurt en el marco de la teoría crítica a mediados del siglo XX como resultado de un proceso histórico vinculado a la consolidación del capitalismo y al desarrollo técnico de los medios de reproducción masiva, como el cine, la radio y, más tarde, la televisión.¹ En ese contexto, la cultura deja de ser un espacio de expresión crítica o autonomía estética y se convierte en un instrumento de administración social orientado al control de la población, la estandarización de la sensibilidad social, la anulación de la individualidad y la obtención de ganancias (Horkheimer & Adorno, 1998, pp. 165-166 & pp. 205-209). En esa línea, el arte —como parte constitutiva de esa cultura— pierde su capacidad de autocomprensión y, como no puede emanciparse, arrastra consigo la exigencia de seguir siendo considerado “arte”, incluso cuando ha sido absorbido y reformulado por la industria cultural (Adorno, 2004). Atinadamente, Horkheimer & Adorno (1998) indican que “[...] la Ilustración consiste en el cálculo de los efectos y en la técnica de producción y difusión; la ideología se agota [...] en la fetichización de lo existente y del poder que controla la técnica [...]” (p. 56). Esta afirmación revela que la dominación simbólica ya no requiere una legitimación trascendente, pues a los forjadores de la industria cultural les basta con operar mediante la eficacia técnica y la naturalización de lo dado. Es decir: la industria cultural opera como un dispositivo que administra la realidad, reduce la reflexión crítica y pretende anular toda posibilidad de transformación. Si bien observamos que su lógica responde a la rentabilidad económica, su dimensión ideológica se enfoca en generar una ilusión de libertad, variedad y elección, cuando, en realidad, sus verdaderos fines son imponer un modelo de subjetividad y de experiencia.

¹ Sobre la historia del libro *Dialéctica de la Ilustración*, que dedica un capítulo a reflexionar sobre la noción de “industria cultural”, puede consultarse el estudio introductorio de Juan José Sánchez (2008, pp. 9-44) en la traducción preparada para la editorial Trotta. Sobre el origen de la Escuela de Frankfurt, son bastante útiles los estudios de Boladeras (2015, pp. 13-14), Sotelo (2010, pp. 69-74) y Wiggershaus (2015).

La eficacia del poder de la industria cultural no radica en la imposición directa, sino en su capacidad de volverse invisible, naturalizada: se legitima al integrarse en los hábitos cotidianos, al presentarse como entrenamiento inocente o como expresión de libertad de elección por parte de quien la consume. A través de estéticas estandarizadas, que reproducen esquemas narrativos y afectivos previsibles, la industria cultural naturaliza un modelo de vida y subjetividad funcional al orden capitalista, sostienen Horkheimer & Adorno (1998, p. 212). De esta manera, lo que se consume no es solo un contenido, sino una forma de estar en el mundo: el cine, la televisión y la música de masas no solo entretienen, sino que reproducen y refuerzan jerarquías sociales, afectivas y culturales, bajo la apariencia de naturalidad técnica o popularidad.

En relación con la reproducción de modelos de vida, la investigación considera importante conceptualizar, aunque sea brevemente, el capital simbólico desde la sociología. Es pertinente, en ese sentido, traer a colación el hecho de que Bourdieu (1998) considera que el capital simbólico se acumula mediante la apropiación de signos culturales que actúan como marcas de distinción o de autoridad. Incluso los productos de la cultura masiva pueden operar como “[...] símbolos de poder bajo la forma de ‘cultura’ o de ‘autoridad’ personal [...]” (p. 281), en la medida en que son presentados como elecciones legítimas de gusto individual. Esta ilusión de libertad refuerza el poder de la industria cultural, que no solo impone modelos estéticos, sino también formas de legitimidad social.

En contraste, uno de los rasgos centrales de la industria cultural, en el desarrollo argumentativo de Horkheimer & Adorno (1998), es la capacidad que tiene para anticipar los gustos de los consumidores y modelar sus comportamientos incluso antes de que los sujetos entren en contacto con los productos. Por consiguiente, la industria cultural actúa como una estructura formativa que define previamente los márgenes de lo que puede desearse, gustarse y considerarse aceptable. En esa línea, los filósofos alemanes advierten que “[los] talentos pertenecen a la empresa, aun antes de que ésta los presente: de otro modo no se adaptarían tan fervientemente [...]” (p. 167). Esta afirmación no solo remite a los artistas o “figuras” del espectáculo, sino a la estructura general del sistema que impera: todo está previamente pensado para que encaje en las lógicas de recepción de su público que, aparentemente libre, ha sido ya moldeado por el mismo sistema. Así, Horkheimer & Adorno (1998) sostienen que siempre hay algo previsto para cada sujeto en tanto que no pueden escapar de tal fenómeno. La industria cultural no responde a los deseos de las masas, todo

lo contrario: los produce. En la elección anticipada, el gusto aparece como elección individual cuando en realidad es una forma de control ajustada a la lógica de eficiencia, estandarización y rentabilidad económica.

La capacidad anticipatoria de la industria cultural se complementa con una de sus estrategias más eficaces: la reproducción técnica del mundo como ilusión de continuidad entre lo real y lo representado, razonan Horkheimer & Adorno (1998, p. 171). Por ejemplo, a través de imágenes cuidadosamente construidas o tramas predecibles, el cine, la televisión y otros formatos audiovisuales producen una sensación de familiaridad que refuerzan la percepción de que lo que se observa, como simple, es una extensión de lo que experimenta, de lo que se vive. Horkheimer & Adorno (1998) advierten: “Cuanto más completa e integralmente las técnicas cinematográficas dupliquen los objetos empíricos, tanto más fácil se logra hoy la ilusión de creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se conoce en el cine [...]” (p. 171). Así la cultura ya no presenta una alternativa crítica frente al mundo, sino que lo duplica, lo trivializa y lo estetiza. El espectador no se encuentra con una representación que invite a la distancia reflexiva, sino que se topa con un espejo que le devuelve una versión reconocible, domesticada y espectacularizada de la realidad. La industria cultural no solo interpreta el mundo, sino que lo reemplaza simbólicamente.

Así mismo, la industria cultural no se limita a reproducir imágenes del mundo: también impone códigos con los cuales debe ser percibido, interpretado y narrado. Este dominio se manifiesta en un lenguaje utilizado que sustituye cualquier impulso expresivo genuino por fórmulas preestablecidas. Horkheimer & Adorno (1998) señalan que el sistema ha superado “[...] satánicamente la distinción, propia de la teoría conservadora de la cultura, entre estilo auténtico y estilo artificial. Como artificial podría ser definido, a lo sumo, un estilo que fuera impuesto desde fuera a los impulsos resistentes de la forma [...]” (p. 174).

Siguiendo a Horkheimer & Adorno (1998, p. 56, p. 167, p. 171 & p. 174), en este régimen, pues, el lenguaje de la cultura ya no surge de una necesidad interna de la forma, sino que es moldeado externamente para adaptarse a las exigencias de consumo. Esto quiere decir, por un lado, que la distinción entre un estilo auténtico (genuino y originado por una expresión verdadera) y uno artificial (fabricado, impuesto externamente) ha sido superado negativamente ya que, en la modernidad, influenciada por la industria cultural, esta diferencia se ha desvanecido. Por otro lado, lo definen como artificial porque este estilo artificial se impone externamente sobre una forma que resiste naturalmente a dicha imposición. Este

estilo no surge orgánicamente de los impulsos internos de la expresión artística o cultural, sino que es forzado desde el exterior —desde la industria cultural—. Así, con la industria cultural, todo el contenido, incluso en sus detalles más significativos, proviene del mismo sistema que produce el lenguaje cotidiano. De acuerdo con este razonamiento, tanto los productores como los espectadores terminan por internalizar un vocabulario cultural que no les pertenece, que les es ajeno, pero que repiten como si fuese natural, propio. Lo que hoy en día impera no es más que perpetuación de la estética misma, razonan Horkheimer & Adorno (1998). En otras palabras, nos encontramos ante el resultado que es un tipo de comunicación simbólica que cancela toda singularidad expresiva y concierne a la experiencia estética en un terreno gobernado por la repetición, el reconocimiento inmediato y la previsibilidad. La forma artística se convierte en un modo de domesticación.

Ahora bien, uno de los mecanismos más eficaces de control desplegados por la industria cultural es la gestión del deseo. Esta no satisface plenamente las expectativas que despierta, sino que las mantiene en un estado de frustración permanente, excitando el anhelo mientras posterga su cumplimiento. En efecto, la industria cultural “[...] defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete [...]”, sostienen Horkheimer & Adorno (1998, p. 184), de modo que, así, la industria cultural crea un ciclo interminable de deseo insatisfecho. Esta lógica no solo alimenta el consumo compulsivo, sino que deforma las relaciones afectivas, especialmente en lo que respecta al amor, al placer y a la intimidad. No se ofrece realización, sino anticipación repetida del objeto de deseo, lo cual genera “[...] placer preliminar no sublimado que, por el hábito de la privación, ha quedado desde hace tiempo deformado y reducido a placer masoquista [...]”, elucidan Horkheimer & Adorno (1998, p. 184). Este proceso transforma el deseo en un mecanismo de control afectivo: se desea lo que nunca se alcanza, y ese fracaso repetitivo se convierte en norma naturalizada. Así, el sujeto queda atrapado en una lógica de espera interminable, en la que el amor se reduce a romance vacío, y la fantasía, a su vez, se transforma en un cliché que solo sirve para reforzar la impotencia estructural del espectador frente a los productos que consume.

En este panorama, la industria cultural no solo moldea el deseo o estandariza el gusto: vacía la subjetividad, generando un sujeto sin identidad, reemplazable y funcional al sistema. “El individuo es tolerado sólo en cuanto su identidad incondicionada con lo universal se halla fuera de toda duda”, sostienen Horkheimer & Adorno (1998, p. 199); es decir, en tanto se someta sin resistencias a los valores masivos que circulan como si fueran

naturales. La industria cultural produce, así, un sujeto genérico, intercambiable, cuya singularidad es anulada en favor de una supuesta normalidad colectiva. Dicha homogenización es una planificación ideológica. La tragedia, que clásicamente es una forma clásica de confrontación con el dolor, el conflicto o el destino, es reciclada como espectáculo. Esta tragedia, según los filósofos, es toda una planificación y, además:

[...] sirve para proteger de la acusación de que no se toma la verdad suficientemente en serio, mientras que en cambio se la apropia con cínicas lamentaciones. La tragedia hace interesante el aburrimiento de la felicidad censurada y pone lo interesante al alcance de todos. Ofrece al consumidor que ha conocido culturalmente mejores días el sucedáneo de la profundidad hace tiempo liquidada, y al espectador normal, las escorias culturales de las que debe disponer por razones de prestigio. (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 196)

Es decir, lo complejo que observamos se vuelve banal. Lo profundo se vuelve decorado superficial. El sujeto, reducido meramente a espectador, acepta como norma lo que debería provocar rechazo. De esta manera, la industria cultural transforma incluso los restos de críticas aptos para el consumo, clausurando todo impulso reflexivo y neutralizando la posibilidad de una conciencia emancipada.

En resumen, Horkheimer & Adorno (1998, p. 184, p. 199 & 196) sostienen que la industria cultural no es solamente productora de sentido, sino que, mientras produce sentido, también moldea la subjetividad y delimita paradójica y contradictoriamente su horizonte de intelección. De esta manera, el sujeto producido por la industria cultural anhela la libertad mientras se conforma con el anhelo y claudica de la libertad. Veamos a continuación, en efecto, qué mecanismos implementa la industria cultural para producir al sujeto receptivo del espectáculo y, por ello mismo, neutralizado en su afán de emancipación.

1.1.1. Mecanismos de producción: control y reproducción de sentido

En el apartado anterior se analizó cómo la industria cultural consolida su poder simbólico anticipando el gusto, moldeando el deseo y naturalizando su dominio por lo que en este acápite examinaremos los mecanismos específicos a través de los cuales se produce, controla y reproduce los sentidos que estructuran la experiencia social. La eficacia de la industria cultural no radica únicamente en la masificación técnica de sus contenidos, sino en la forma en como sistemáticamente organiza el lenguaje, las emociones y la percepción del mundo. No es un espacio en donde se sujeta la

espontaneidad ni la creatividad ni la diversidad expresiva, sino que los productos culturales son parte del sistema que direccionan la comprensión, regulan la sensibilidad y bloquean la disidencia. Comprender sus mecanismos es clave para la investigación, pues permite vislumbrar por qué el espectáculo no solo entretiene, sino que, además, configura lo real y limita la posibilidad de pensar de otro modo.

La industria cultural también se enfoca en los procesos de significación mediante un dispositivo de diversión planificada. Apareta mostrarse como un entretenimiento neutro —risas, distracciones, alivios—, pero, en realidad, funciona como una técnica para bloquear la reflexión, eliminar la negatividad y neutraliza el dolor. Consecuentemente, Horkheimer & Adorno (1998) son consistentes al esclarecer que cuanto: “[...] más sólidas se vuelven las industrias culturales, más brutal y sumariamente pueden permitirse proceder con las necesidades de los consumidores, producirlas, dirigirlas, disciplinarlas, suprimir incluso la diversión: para el progreso cultural no existe aquí límite alguno [...]” (p. 189). En otras palabras, en este sistema, la verdad queda subordinada a la eficacia del espectáculo, y la subjetividad es reducida a una instancia receptiva, incapaz de distanciamiento crítico. Lo que verdaderamente el público recibe es una combinación de verdad y mentira. Esta mezcla es funcional pues su propósito es impedir el conocimiento real y mantener el statu quo. Por ello, la industria cultural “[...] se mueve con extraordinaria habilidad entre los escollos de la falsa noticia identificable y de la verdad manifiesta, repitiendo finalmente el fenómeno con cuyo espesor se impide el conocimiento [...]”, apuntan con sagacidad Horkheimer & Adorno (1998, p. 192). Su espectacularización perpetúa su dominio no solo por lo que se dice, sino por la forma misma en que organiza la experiencia perceptiva emocional y cognitiva del espectador.

Un recurso fundamental que utiliza la industria cultural es la repetición estructural. Ello es la reiteración de fórmulas narrativas, personajes, desbalances y afectos que aseguran tanto la familiaridad como la obediencia interpretativa. Esta repetición no se opone a la diversidad, sino que la simula: lo nuevo es tolerado si puede preverse, y lo diferente solo se acepta si confirma lo ya conocido (Horkheimer & Adorno, 1998, pp. 170-172). De hecho, Horkheimer & Adorno (p. 190) denominan “pseudoindividualización” a esta estrategia que introduce variaciones superficiales sobre una misma matriz estética. Apareta generar una ilusión de elección personal cuando en realidad todo responde a un único patrón uniforme. De esta manera, el espectador cree elegir una serie de televisión, una canción o una figura pública según su gusto, pero lo que elige es, en verdad, una

variante prefabricada que nace de lo mismo. Este panorama demuestra el dominio simbólico de la industria cultural, ya que, si por un lado convierte la repetición en deseo, por el otro lado transforma el reconocimiento en una forma de seguridad afectiva. Al público se le ofrece exactamente lo que espera recibir y, de esa manera, el sistema evita el conflicto, pues neutraliza la crítica de la audiencia y refuerza la estabilidad ideológica del orden social.

Con ello, la reiteración de las diversas narrativas, afectivas y formales, no solo garantizan la eficacia del mercado cultural, sino que bloquean el surgimiento de interpretaciones disonantes. Es decir, promueven una lectura única, cerrada y compatible con los valores dominantes. En esa línea, la industria cultural no propone múltiples formas de entender el mundo, sino una sola, empaquetada en diferentes envoltorios. No solo se produce entretenimiento, sino que produce, sobre todo, un modelo normativo de sentido: qué es el amor, qué es el éxito, qué se debe desear, qué se debe temer, etc. Entonces, la ideología no se presenta como discurso explícito, sino discurso implícito en una atmósfera narrativa. Por consiguiente, el espectador, que se ve reflejado en ese panorama, confunde lo dado con lo verdadero. Así, la industria cultural le impide al sujeto imaginar lo diferente. Por consiguiente, la industria cultural no solo produce sentido, sino que cierra la posibilidad de que el sujeto pueda siquiera arribar a la interrogación crítica. Puesto que la industria cultural, en esta lógica, le quita agencia al sujeto, observamos, pues, con Horkheimer & Adorno (1998), una imposición estética dominante.

En este contexto, la repetición no se representa como un defecto, sino como una estrategia estética. Se confirma lo ya esperado, ya que el espectador, desde el inicio de una canción o película, por ejemplo, sabe lo que podría presentarse en tanto y en cuanto que es precisamente lo que desea encontrar. Puesto que “[las] producciones culturales [...] encajan en los gustos particulares de las masas”, como afirman Horkheimer & Adorno (1998, p. 169), entonces generan familiaridad y adhesión. En otras palabras, es una estética de la confirmación y no de la sorpresa. La repetición se convierte en una forma de control simbólico neutralizando la posibilidad de lo nuevo o inesperado. La industria cultural no responde a los deseos del público, sino que produce esos deseos y, también, los satisface con formatos reconocibles. El efecto inmediato es que afecta el estilo artístico. Horkheimer & Adorno (p. 174) plantean que la industria cultural ha “[...] superado satánicamente la distinción [...] entre estilo auténtico y estilo artificial”, imponiendo una estética vacía — sin origen subjetivo o intención crítica—. El estilo se vuelve reconocible y los detalles más

significativos provienen del mismo sistema que produce el lenguaje cotidiano, haciendo de la experiencia estética un consumo habitual. Como se inhibe la aparición de nuevas sensibilidades, consecuentemente, pues, “[...] los cineastas miran con desconfianza todo manuscrito tras el cual no se esconda ya un tranquilizador éxito en ventas [...]”, reflexionan Horkheimer & Adorno (p. 180). Es decir, se revela que la forma está subordinada al cálculo mercantil. La estética del espectáculo no es un lenguaje libre, sino un dispositivo de ajuste entre mercancía, percepción y control simbólico.

Como hemos visto en este primer apartado, la industria cultural no es solo un dispositivo técnico de producción de entretenimiento, sino que es también una estructura de poder simbólico que anticipa el gusto, estandariza el deseo y moldea la experiencia mediante la repetición, predictibilidad y el vaciamiento del estilo. Tal es su eficiencia que naturaliza su dominio y hace pasar lo fabricado por espontáneo, lo idéntico por diverso y lo ideológico por neutro. La industria cultural configura la estética de la confirmación que sustituye toda posibilidad de experiencia crítica o auténtica. Esta lógica de administración simbólica nos posibilita la entrada a lo que Guy Debord (1967) conceptualiza como espectáculo: un sistema donde la representación no solo encubre la realidad, sino que la reemplaza. El espectáculo no solo supone una elección de imágenes, sino que es una cosmovisión impuesta. En consecuencia, el espectáculo organiza la vida social bajo la forma de un pseudomundo: una realidad invertida en donde la apariencia se convierte en sustancia, incluso en donde el poder actúa no solo a través de lo que se muestra, sino de lo que impide pensar.

1.1.2. El espectáculo como cosmovisión moderna

En la *Sociedad del espectáculo* (1967), Guy Debord retoma y radicaliza muchas de las críticas planteadas por Adorno y Horkheimer al introducir una categoría clave para comprender la configuración simbólica del presente, a saber: el espectáculo. Debord no se concentra en una conceptualización restringida del espectáculo como entretenimiento o exhibición mediática. Para él, es una forma de vida total, una estructura de percepción que organiza las relaciones sociales, deseos, imágenes y significación en función de la lógica capital que impera. Una de las ideas centrales de Debord (2014) es que “[e]n el mundo *realmente invertido*, lo verdadero es un momento de lo falso” (p. 37; énfasis en el original), lo que implica que ya no se trata solo de que los medios oculten la realidad, sino que la sustituyan por una representación permanente. En otras palabras, el espectáculo no es una distorsión de lo real: es la forma dominante de su aparecer. Esta inversión afecta

no solo lo que vemos, sino, sobre todo, cómo lo vemos, cómo lo deseamos, cómo lo sentimos e incluso cómo nos vinculamos con los demás. La reflexión de Debord se relaciona, sin duda, con la industria cultural, pero apunta a un panorama más general. En efecto, para Debord, el espectáculo constituye una cosmovisión impuesta en tanto y en cuanto que la experiencia intersubjetiva se da bajo la forma de representación y esta relación está mediada por imágenes. En ese sentido, comprender esta lógica, nos permitirá analizar cómo el espectáculo modela tanto los contenidos como las estructuras de la vida afectiva y cómo penetra, incluso, en fenómenos como la infidelidad televisada, donde la verdad emocional es absorbida por la lógica de la visibilidad escénica.

¿Qué es, pues, el espectáculo? ¿Cómo hay que entenderlo? El espectáculo, explica Debord, no debe entenderse como una simple acumulación de imágenes, ni como un exceso de contenido visual producido por los medios de comunicación. Su lógica es más compleja.

El concepto de espectáculo unifica y explica una gran diversidad de fenómenos aparentes. Sus diversidades y contrastes son las apariencias de esta apariencia organizada socialmente, que debe ser a su vez reconocida en su verdad general. Considerado según sus propios términos, el espectáculo es la *afirmación* de la apariencia y la afirmación de toda vida humana, y por tanto social, como simple apariencia. Pero la crítica que alcanza la verdad del espectáculo lo descubre como la *negación* visible de la vida; como una negación de la vida que *se ha hecho visible*. (Debord, 2014, pp. 37-38; cursivas en el original)

De acuerdo con este pasaje, Debord afirma que el espectáculo es una estructura simbólica total que organiza la vida en las sociedades modernas. El autor asevera que, en efecto, el surgimiento del espectáculo está vinculado al desarrollo del capitalismo avanzado y a la expansión de las industrias modernas —tanto económicas como políticas y culturales— que producen y hacen circular imágenes como parte de un sistema que automatiza sus propios movimientos. Para Debord, en efecto, “[...] el espectáculo es la *principal producción* de la sociedad actual [...]” (p. 39; énfasis en el original) y, por lo tanto, el efecto inmediato no es un reflejo deformado de la realidad, sino una nueva forma de mundo. Es la creación del pseudomundo² que sustituye lo real mediante la mediación constante de representaciones. Debord plantea que esta cosmovisión es una

² Lo que las sociedades modernas hacen, por así decirlo, es un espacio-mundo paralelo, de mera contemplación y práctica; es decir, del curso natural de los sujetos, las vidas se invierten y, por lo tanto, el espectáculo tiene movimiento autónomo de lo no-viviente, razona Debord (2014).

*Weltanschauung*³ objetivada. No solo unifica a los individuos por todo lo que consumen, sino que modela sus prácticas, sus formas de percibir y su deseo. Para Debord (2014), el espectáculo se “[...] muestra a la vez como la sociedad misma, como una parte de la sociedad y como instrumento de unificación [...]” (p. 36). Precisamente por ello, lo que aparece como entretenimiento funciona, en realidad, como dominio simbólico que estructura la vida social a través de imágenes y afectos previamente codificados. De esta manera, el espectáculo no solo representa el mundo, sino que, además, lo sustituye.

Ahora bien, el espectáculo no solo organiza la percepción del mundo: se presente como un ente autónomo. Se presenta como una forma de vida separada que ha adquirido movimiento propio. En esa línea de reflexión, Debord (2014) sostiene que tiene su propio movimiento en tanto que constituye una vida no vivida que se despliega en paralelo a la existencia de los sujetos. Esto último es importante porque, si los individuos construyen su identidad y orientan sus deseos a través de ella, es precisamente porque subyace un proceso de identificación que oscila entre la fascinación y la pasividad. En efecto, los sujetos lo experimentan a través del filtro del espectáculo, reproduciendo gestos, valores y afectos preestablecidos. La subjetividad se forma en dicha estructura de mediación pues el yo se constituye, no en la experiencia, sino en la visibilidad. Su lógica es: lo que se es dependerá de lo que se muestra y esto último debe ajustarse a las formas más reconocibles del espectáculo. El sujeto queda atrapado entre la imagen que lo representa y la distancia que lo separa de sí mismo. Esta escisión posibilita la comprensión de lo que Debord (2014) denomina mundo invertido: una realidad en la que lo falso se impone como verdadero, y donde la apariencia sustituye a la experiencia directa.

1.1.3. Mundo invertido y afirmación de la apariencia

El espectáculo, por lo que vamos explicando, es un todo que irradia una forma de pensar y hacer a través de su visión del mundo (*Weltanschauung*). De esta manera, este espectáculo que hace cosas y se mueve, constata vida en sí misma por lo que se puede decir que es ajustable en el tiempo. Por ello, Debord (2014) afirma que “[...] el espectáculo no ha hecho otra cosa que ajustarse más exactamente a su concepto, y el movimiento real de su negación no ha hecho más que ir creciendo en extensión y en intensidad [...]” (p. 20). Esta última propuesta demuestra su movimiento autónomo que se construye constantemente en su devenir. Con ello, en su teoría, Debord (2014) afirma: “En el mundo *realmente invertido* lo verdadero es un momento de lo falso [...]” (p. 37).

³ El término alemán *Weltanschauung* habitualmente se traduce por “visión de mundo” o “cosmovisión”.

El espectáculo no solo se limita a se limita a criticar la proliferación de imágenes falsas, sino que diagnostica una mutación estructural en la relación entre verdad, apariencia y experiencia. El autor nos quiere explicar que el espectáculo no encubre la realidad, todo lo contrario, la sustituye por una representación autónoma en la que produce su propia verdad como apariencia sostenida.

Con este mundo invertido, los hechos ya no son experimentados directamente por los sujetos, sino a través de su mediación espectacular. Lo verdadero solo aparece como residuo, como anomalía fugaz en un sistema que ha hecho de lo falso su regla operativa. Por eso Debord (2014) sostiene que el espectáculo es “[la] afirmación de la apariencia y la afirmación de toda vida humana, y por tanto social, como simple apariencia [...]” (p. 36). Es decir, todo lo que ocurre en este espacio paralelo no es nada más que verdades reales y meras apariencias que irradian el quehacer del sujeto en su realidad. La inversión no es epistemológica, sino existencial: la vida social se experimenta como representación, pues los sujetos son obligados a reconocerse en aquello que se les muestra y no en lo que viven, experimentan. De esta manera, el espectáculo es su triunfo. Impone no solo una lógica de lo visible, sino también una economía de la falsedad estructurante de la realidad.

El efecto inmediato en los sujetos es que el espectáculo incide de manera directa en la constitución de la subjetividad y en su capacidad para actuar, sentir y pensar por sí mismos. La agencia de los sujetos se trastoca a repertorios previsibles —como hemos adelantado más arriba— y todo es codificado por el espectáculo y sus formas dominantes de sensibilidad. Así, el orden espectacular se cohesiona con la realidad misma, sostiene Debord (2014, p. 37). El espectador, en tanto y en cuanto que es un sujeto atrapado en el mundo invertido, ya no diferencia con claridad entre lo que vive, experimenta, y lo que contempla, y tampoco entre lo que desea y lo que se le impone como deseable. Por ejemplo, el espectáculo hace que emociones tan íntimas como el amor, el sufrimiento o la traición se vivan según sus particulares formas mediáticas y mediatizadas. Es decir, estos sentimientos son configurados generando así una subjetividad espectacularizada. Así, “[...] la realidad surge en el espectáculo, y el espectáculo es real [...]”, sostiene Debord (2014, p. 37). Ello se justifica no porque el espectáculo represente fielmente el mundo, sino porque el espectáculo se ha convertido en la forma dominante para que los sujetos accedan al mundo.

En resumidas cuentas, el espectáculo no solo es la proliferación de imágenes superficiales, sino una estructura simbólica que invierte la relación entre verdad y falsedad, experiencia y presentación, sujeto y mundo. Domina y moldea al sujeto desde su interioridad: modificando su subjetividad, sus emociones y sus vínculos sociales. No elimina su posibilidad crítica. No solo se desenmascara lo falso, sino que es necesario interrogar la totalidad misma que lo produce. Cuando explica su noción de mundo invertido debemos atender al análisis de una forma en cómo el mundo se presenta como único. Para dilucidar esto último, es importante profundizar en la propuesta de Theodor Adorno, quien desde su dialéctica negativa propone una forma de resistencia que no parte de la afirmación, sino desde la desarticulación crítica de la totalidad falsa.

1.2. Falsa verdad del espectáculo: Debord y Adorno

La reflexión desarrollada en la sección anterior nos permite comprender cómo la industria cultural/el espectáculo —estructura simbolizante totalizadora— configura una cosmovisión en la que la apariencia se impone como verdad y la experiencia se ve reemplazada por su representación. Siguiendo a Debord (2014, p. 37), al interior del mundo invertido, el sujeto ya no vive directamente, sino a través de imágenes que anticipan, moldean y clausuran la relación con lo real. La vida al interior del espectáculo es el producto de la sociedad moderna en tanto que la producción simbólica es un dispositivo de control y reproducción. Ahora bien, para profundizar en la crítica a esta estructura falsa, se requiere profundizar la reflexión sobre el estatuto de la totalidad misma y sobre las condiciones de posibilidad que permiten pensar lo verdadero dentro de un mundo configurado como apariencia. En esa línea, Adorno (1984, pp. 13-14) opone la dialéctica negativa a la dialéctica afirmativo-identitaria de la totalidad hegeliana.⁴ Así, mientras que para Hegel (1966, p. 8 & p. 473) la verdad es el despliegue progresivo del espíritu que se reconcilia con “la unidad orgánica” de lo real mediante la mediación conceptual, para Adorno la totalidad resultante es siempre sospechosa: lo que se presenta como un sistema cerrado no es sino la expresión de un poder que silencia lo diferente, lo no idéntico, lo no verdadero. En ese sentido, Adorno no busca completar el sistema tradicional con su apuntalamiento hegeliano, sino que, antes bien, pretende fracturarlo desde dentro sacando a la luz las fisuras

⁴ “En Hegel, la autoconciencia era la verdad de la certeza de sí mismo; en palabras de la *Fenomenología [del espíritu]*: «el reino nativo de la verdad». Cuando esto dejó de resultarles comprensible, los burgueses eran autoconscientes por lo menos de su orgullo de tener un patrimonio. Hoy *self-conscious* significa tan sólo la reflexión del yo como perplejidad, como percatación de la propia impotencia: saber que no se es nada”, escribe Adorno (2001, p. 47).

que la apariencia no puede suprimir. Desde la óptica de Adorno, la falsedad permite no solo denunciar el espectáculo como pseudomundo, sino también pensar una vía crítica que no repita la lógica de aquello que pretende combatir.

1.2.1. Del absoluto al todo falso: crítica a la totalidad hegeliana y crítica a la apariencia

Entre los múltiples aspectos que configuran el concepto adorniano de dialéctica negativa, en el contexto de la presente investigación es oportuno destacar que la dialéctica negativa se configura como un esfuerzo intelectual de Adorno por elaborar una réplica contrahegeliana que apunte la crítica del principio de identidad y, en esa línea, la crítica de la identificación entre verdad y totalidad. En efecto, conviene, pues, poner de relieve que la dialéctica negativa de Adorno surge como una respuesta crítica al sistema filosófico hegeliano, especialmente en su concepción del “todo” como figura de la verdad.

El nombre de dialéctica comienza diciendo sólo que los objetos son más que su concepto, que contradicen la norma tradicional de la *adequatio*. La contradicción no es una esencialidad heraclítea, por más que el idealismo absoluto de Hegel tuviera inevitablemente que transfigurarse en ese sentido. (Adorno, 1984, p. 13)

De acuerdo con este pasaje, entonces, para comprender la idea que Adorno elabora y articula de la dialéctica negativa es importante, primero, comprender la noción de verdad en el sistema hegeliano, pues solo así es posible, enseguida, inteligir cómo Adorno deslinda del sistema tradicional al rechazar la identificación entre totalidad y verdad. Para Hegel, lo que se entiende por real se desarrolla como parte del movimiento del ser y con su devenir se puede acceder al conocimiento absoluto. Al formalizar el proceso de apertura del espíritu desde la certeza sensible hasta el saber absoluto, Hegel tiene el mérito de haberle devuelto al pensamiento crítico-filosófico, aun pasmado por el (re)descubrimiento de sus potencias ante la cosa en sí y todavía convaleciente por la caída en la inercia racionalista prekantiana, el impulso que lo dinamiza hacia el mundo y hacia sí mismo en el complicado y difícil proceso de conocer lo otro y de conocerse a sí mismo (cf. Cruz-Guerrero, 2019, p. 71-73).

Cada concepto, para Hegel, es el resultado de la dura labor del espíritu que fragua y racionaliza el entendimiento del ser; es decir que, en dicho proceso, el espíritu humano comienza “[...] de nuevo desde el principio, despreocupadamente y en su inmediatez y [tiene que] crecer nuevamente desde ella, como si todo lo anterior se hubiese perdido para él y no hubiese aprendido nada de la experiencia de los espíritus que le han precedido”, razona Hegel (1966, p. 473). Como el proceso es abierto y dinámico, cada concepto nuevo integra los conceptos previos como desarrollos tempranos de una síntesis tardía más

elaborada. Pero el proceso no puede ser abierto porque de lo contrario caería en el nihilismo que anula todas las verdades preliminares: en algún punto, entonces, el pensamiento debe arribar a una verdad final, definitiva y, por lo tanto, absoluta que sea la síntesis de todas las fases sintéticas precedentes. En la *Fenomenología del espíritu*, entonces: “Cada uno de los conceptos utilizados por Hegel es tomado de nuevo, refundido y, por decirlo así, repensado en un estadio superior del desarrollo”, explica con lúcida nitidez Hyppolite (1974, p. 60, citado por Cruz-Guerrero, 2020, p. 32). Se aprecia en este razonamiento, pues, que para Hegel la contradicción, si bien es un momento inevitable y necesario, se supera por subsunción del concepto anterior en el concepto posterior. En cambio, para Adorno, lo falso emerge de una contemplación más pausada de la contradicción y con el filtro de la crítica del principio de identidad. De esta manera, la contradicción: “Es índice de lo que hay de falso en el concepto, en la adecuación de lo concebido con el concepto. [Porque] ya la pura forma del pensamiento está intrínsecamente marcada por la apariencia de la identidad. Pensar quiere decir identificar”, menciona Adorno (1984, p. 13). En el proceso de captar el objeto y de apropiarse de lo que le es inmanente, el pensar brega continuamente contra su propio límite y sus limitaciones intrínsecas:

El orden conceptual se interpone específicamente ante lo [otro no-conceptual ni intelectual] que el pensamiento trata de comprender. Apariencia y verdad del pensamiento son inseparables. La apariencia no se deja eliminar por decreto, como, por ejemplo, asegurando la existencia de una cosa en sí, situada más allá del conocimiento. (Adorno, 1984, p. 13)

Ahora bien, de acuerdo con Hegel, se consigue diferenciar entre lo verdadero y lo falso a partir de la diferencia que logra captar el sujeto —y su conciencia— a través del objeto. El sujeto entiende que él mismo no es el objeto y, por consiguiente, comprende al objeto como distinto de sí, como algo otro no-subjetivo. De ahí que puede elevar a la conciencia la verdad de la diferencia entre sí mismo y el objeto. En ese proceso se afirma el principio de identidad como principio diferenciador. Hace falta la conciencia de lo falso, sin embargo, para que lo verdadero se asiente con firmeza en la conciencia del saber que se constituye a partir de la diferencia entre el sujeto y el objeto. La crítica especializada razona que el conocimiento, entonces, implica la diferencia entre el saber verdadero y el saber falso. Oportunamente, García (2013) afirma que “[...] se puede saber algo de una manera falsa cuando el saber está en desigualdad con su sustancia [...]” (p. 7). En consecuencia, el saber falso establece una igualdad inexistente entre, por un lado,

lo concebido por la conciencia y, por otro lado, el objeto como realidad extramental. En la toma de conciencia de la desigualdad entre el contenido intelectual y el objeto empieza a barruntarse *la verdad de lo falso*. García profundiza en el razonamiento: “Esta desigualdad constituye precisamente la diferenciación y, de ahí, surge [la restitución de la] igualdad [entre el saber y su sustancia], que llega a ser la verdad [...]” (p. 7). Entonces, se puede afirmar que el todo, que también es un concepto, tiene una verdad y que al interior de esta se encuentra lo falso —llamado también lo negativo y, además de ello, llega al sujeto en tanto que agente cognoscente—. Dicho más brevemente: en la noción de totalidad están contenidos lo verdadero y lo falso: no lo falso como momento de la verdad, sino como momento crítico en la búsqueda de la verdad. Tengamos presente, pues, que Hegel busca el saber absoluto (*cf.* Hyppolite, 1974, p. 10, citado por Cruz-Guerrero, 2020, p. 42). En buena cuenta, luego, la propuesta de Hegel apuntala la idea de que a partir de lo falso es posible obtener la experiencia de lo verdadero, y también a la inversa, puesto que en ambos casos la verdad se produce a partir del conocimiento de lo real y de la crítica de la apariencia (*cf.* Russell, 2021, p. 30). Así podemos afirmar que lo absoluto contiene lo verdadero y lo falso al mismo tiempo.

Este proceso crítico racionalizador de lo real, lo verdadero, la apariencia y lo falso que impulsa la dialéctica hegeliana es importante para Adorno. En efecto, Adorno (2001) afirma que Hegel: “En ningún lugar pone en duda el primado del todo” (p. 11). Al retomar la noción “dialéctica”, Adorno no busca reafirmar la concepción hegeliana que busca en el concepto de lo absoluto, en cuanto que totalidad racionalizada, la síntesis superadora, sino que, más bien, Adorno (2001) enfatiza la negatividad como experiencia de la verdad cuando afirma: “El todo es lo no verdadero” (p. 48). En el sistema hegeliano, como acabamos de apuntar, lo verdadero aparece a partir de su diferencia con lo falso y no necesariamente como un mero rechazo únicamente de lo falso: “[...] but rather through a determinate negation of which the implicit truth contained within the untrue is made explicit [...]”, explica Russell (2021, p. 30). Ensayemos una traducción de este pasaje: “[...] sino más bien a través de una negación determinada de la cual se hace explícita la verdad implícita contenida en lo falso [...]”. En ese sentido, apoyándose en Adorno (2017, p. 155), Russell (2021, p. 30) parece llevarnos a pensar que la verdad no es otra cosa que un destino al que arribamos través del camino de la falsedad. Para decirlo, pues, con palabras de Adorno (2017): “[...] the truth is actually nothing but the path that leads precisely through the falseness [...]” (p. 155, citado por Russell, 2021, p. 30).

Para Hegel, luego, la verdad se encuentra en la totalidad cuando las mediaciones de las contradicciones se resuelven dialécticamente en síntesis superiores. La dialéctica hegeliana articula “[...] una sucesión [histórico-crítica] de figuras en las que el espíritu va descubriendo, labrando y perfeccionando su potencia creadora [...]”, anota Cruz-Guerrero (2020, p. 44). De esta manera, en el transformarse de una figura en otra figura, en continua crisis histórico-conceptiva, el espíritu se escinde y se desgarran.⁵ De ahí que el espíritu busque reconciliarse consigo mismo, no solo en sentido parcial, sino también en sentido absoluto. Ahora bien, la negatividad que racionaliza Adorno es solo un momento transitorio hacia la reconciliación del espíritu consigo mismo (cf. Boladeras, 2015, p. 46). Es decir, Adorno rechaza esa reconciliación como falsa superación de la diferencia. Para el autor, la totalidad no es garantía de verdad, sino todo lo contrario: es una forma de pensamiento que borra las diferencias reales y fuerza a que todo encaje dentro de un mismo sistema. Esa pretensión de unidad termina ocultando los conflictos, lo distinto, lo que no encaja. Por ello, Adorno (2001, p. 48) afirma que el todo es lo falso —“El todo es lo no verdadero”— porque cuando se requiere presentar la realidad como un conjunto cerrado y armónico, lo único que se obtiene es una visión distorsionada de la misma (cf. Russell, 2021, p. 30). Lo que queda fuera, lo que no puede ser integrado sin violencia, simplemente se elimina o se vuelve invisible. Así, frente a la identidad forzada entre objeto y concepto que propone Hegel, Adorno sostiene que los objetos son más que sus conceptos y que toda conceptualización implica necesariamente una pérdida. Con ello, Adorno (2022) argumenta que se debe “[...] sustituir el principio de unidad y la omnipotencia del concepto soberano [...]” (p. 10). El concepto es el fundamento de lo existente en tanto que no se puede realizar un ejercicio mental sin que se llegue nuevamente a él: “[...] lo pensado y lo que emane del pensamiento, tiene un concepto en sí mismo [...]”, como afirma Valencia (2015, p. 40). Por ello, la dialéctica negativa, como antisistema, apunta a conservar la contradicción como una forma de verdad. Su crítica a la totalidad es, también, una defensa de lo singular, de lo que el pensamiento sistemático tradicional tiende a borrar. En palabras de Boladeras (2015): “La reflexión filosófica tiene que hacer posible un conocimiento de aquella parte de la realidad que permanece encubierta o distorsionada por las fuerzas que pugnan por el dominio de

⁵ “Hegel critica la noción formal del espíritu como entidad puramente intelectual, abstracta y formal y añade la vitalidad y la conciencia histórica como signos distintivos: el espíritu gana así densidad histórica y profundidad existencial”, explica Cruz-Guerrero (2020, p. 76; cf. Pinkard, 1994, p. 251 & Hegel, 1987, p. 102, citados por Cruz-Guerrero, 2020, p. 66, nota 2). Véase, además: Sotelo (2010, pp. 75-79) & Boladeras (2015, pp. 39-60).

la apariencia” (p. 49). Y continua la autora: “La dialéctica negativa es para Adorno el tipo de pensamiento crítico que puede acercarnos a este conocimiento” (p. 49).

En consecuencia, el camino que propone Adorno es llevar al concepto más allá de sí mismo —hacia lo diferente de sí mismo— y por ello es negativo porque va más allá de lo no conceptual y lo no idéntico; por consiguiente, todos los conceptos, de orígenes no conceptuales, están en la realidad (Rodríguez, 2012, pp. 212-215). En otras palabras, “[...] nada saca del contexto dialéctico de la inmanencia más que él mismo. La dialéctica medita críticamente sobre él, refleja su propio movimiento; [...] Tal dialéctica es negativa”, explica Adorno (2022, pp. 138-139). Con ello, el inicio de todo es la realidad. La negatividad, como parte del movimiento dialéctico, se tiene que servir para comprender la realidad. Entonces, la realidad se entiende “[...] como aquello que la negatividad de la transición dialéctica hegeliana pretende superar. Incluso, Corcuera (2012, p. 144) sostiene que “no es la realidad la superación de sus momentos, sino sus momentos mismos”. La realidad no son sus generalidades, sino sus particularidades.

En *Tres lecciones sobre Hegel*, Adorno (1974, pp. 37-38) sostiene:

La sociedad es concepto tan esencialmente como lo es el espíritu; en ella, en cuanto unidad de los sujetos que mediante su trabajo reproducen la vida de la especie, se convierte el espíritu en objetivo, en independiente de toda reflexión y en algo que prescinde de las cualidades específicas de los productos del trabajo y de los trabajadores; y el principio de la equivalencia del trabajo social cambia a la sociedad —en el sentido burgués moderno— en algo abstracto y máximamente real: cambiante lo que Hegel enseña del concepto en fáctico del concepto. Por ello, cada uno de los pasos del pensar tropieza con la sociedad, y ninguno nos capacitaría para dejarla clavada como tal, como una cosa más entre las cosas.

El razonamiento que Adorno despliega en este pasaje sugiere que, con acierto, Hegel comprende que la sociedad moderna es una entidad con una propia realidad conceptual y no solo un conglomerado aleatorio de individuos. En ese sentido, cuando hace referencia al espíritu —entendido como conciencia colectiva de una época— situado en la sociedad moderna, Adorno afirma que, en efecto, el espíritu se separa de los individuos y de sus acciones como una abstracción identitaria —cultura, nación, Estado—. Eso quiere decir que el trabajo —moderno y que produce bienes y servicios— hace que la sociedad se perciba como una entidad concreta y tangible, pero también como un

concepto abstracto y funcional. En contraste con Hegel, que, al parecer, no vio cómo salir de la alienación del espíritu en la idea de que la sociedad encontró su consolidación última, Adorno plantea que la sociedad moderna ha cambiado la concepción del concepto en su realidad: por ello plantea que la sociedad está en constante movimiento y que, en tanto es así, no se le puede conceptualizar de manera estática. Es decir, si la sociedad moderna es fruto del trabajo del espíritu, como afirma Hegel, y el espíritu se enajena en la forma social moderna, Adorno se esfuerza por concebir una estrategia de desalienación y desenajenación que haga surgir otra conciencia de la sociedad moderna, de modo que sea posible transformar la sociedad en un espacio de libertad efectiva para los sujetos.

Consecuentemente, pues, la propuesta autocrítica de Adorno pone atención en las particularidades que se encuentran en la realidad y que son invisibilizadas cuando se toma lo social como totalidad abstracta. En efecto, de acuerdo con Hegel, Adorno razona que el conocimiento se construye a partir de la realidad —entendiendo que esta, como sus posibilidades, son inagotables— incorporando intencionalidad y deliberación basada en la infinitud en un saber finito (López, 2023). Sin embargo, apartándose de Hegel, Adorno (2022) ofrece buenas razones para considerar que no hay “[...] ningún ser sin ente [...]” (p. 133). Es decir, que, al referirnos a cualquier concepto, esencialmente necesitamos basarnos en una entidad. Esa entidad basal presupuesta es, en suma, “[...] la abstracción extrema, pero que ningún proceso ulterior del pensamiento elimina [...]”, piensa Adorno (2022, p. 133). Con ello, Adorno expresa que los conceptos se encuentran presentes en todo ejercicio mental y que no puede haber nada *a priori* antes del fenómeno, es decir de la relación entre sujeto y objeto. En ese sentido, la propuesta de la dialéctica negativa se basa en la realidad cognoscible como un saber sedimentado que hay que llevar a la consciencia racional en lo que tiene de verdadero y de falso como totalidad construida: “El todo es lo no verdadero”, afirma Adorno (2001, p. 48). Así, pues, todo saber configura la experiencia de los sujetos en base a sus subjetividades.

La crítica a la totalidad como forma cerrada y reconciliadora afecta directamente en cómo se produce sentido en la sociedad moderna. La forma en que el mundo se presenta como completo, coherente y sin contradicciones no es casual. Ello es una apariencia cuidadosamente construida que mantiene el dominio simbólico en funcionamiento. Por ello, para Adorno el problema de la totalidad está estrechamente ligado a la crítica de la apariencia: la falsedad estructural del mundo moderno se manifiesta en cómo se nos aparece. La dialéctica negativa, entonces, apunta no solo a señalar los errores conceptuales,

sino que también analiza el modo en que lo falso se presenta como si fuera verdadero. En otras palabras, requiere de un pensamiento que no reafirme el mundo tal como está, sino que mantenga viva la tensión entre lo que muestra y lo que oculta.

Adorno está encontrando una verdad en la falsedad que plantea Hegel cuando sostiene que esta coerción no es una fantasía del espíritu, sino que es una realidad que afecta a todos los aspectos de la vida bajo un gran poder. Así mismo, es la esencia dominadora de la sociedad la que se encuentra en el intercambio, el cual representa tanto la realidad verdadera de las relaciones sociales como la falsedad inherente a la dominación y es por eso por lo que la comprensión de la realidad —el mundo— como su objetividad se basa en el principio de identidad (*cf.* Russell, 2021, p. 30). En otras palabras, el pensamiento, que nos lleva a la relación entre objeto-concepto está “[...] marcado por la apariencia, por tanto, la verdad que expresa su concepto es la apariencia de la adecuación. [...] [Así,] la verdad y la apariencia son inseparables [...]”, razona Almanza (2020, p. 67). No es posible concebir el mundo contemporáneo en el que nos encontramos desde los absolutos que cohesionen la sociedad, no por nada existen conflictos —unos más impactantes que otros— que terminan desfragmentando al sujeto haciéndolo ver frágil y decadente. Por ello, Adorno alertó el camino que ha tenido la filosofía en su camino totalizador. En ese sentido, ¿cómo posicionarnos ante ello? Si dejamos lo absoluto y solo nos concentramos en las particularidades, nuestros procesos mentales siempre encontrarán un “algo” anterior. Es decir, nuestros pensamientos modernos están llenos de conceptos y que no puede haber nada antes que estos. De esta manera, lo que nos quiere decir Adorno, con su propuesta de la dialéctica negativa, es que los objetos son más que sus conceptos. La relación tradicional hegeliana entre objeto-concepto queda descartada. Para Adorno (2022, p. 133), los objetos no siempre se adecúan al concepto, lo que implica que la identidad pretendida entre uno y otro (objeto-concepto) es falsa o, cuando menos, y en la medida en que se abre una brecha, no es absoluta, sino solo relativa y, por tanto, tan solo contingente y ocasional.

En resumen, la dialéctica negativa entiende que la noción de totalidad falsea y, en ese sentido, entra en oposición con la dialéctica idealista hegeliana que postula que la totalidad expresa lo absoluto. En ese sentido, la realidad, como se había entendido hasta ese momento por Hegel, como aquella que incluye un conglomerado de fuerzas que están en constante devenir y transformación se basa en el principio de identidad entre sujeto y objeto. A diferencia de Hegel, Adorno plantea que la realidad, como sus posibilidades,

son inagotables. Es decir, la realidad se basa en las interpretaciones de los sujetos. La dialéctica negativa pretende exponer el saber cómo la actividad que se encarga de una realidad inconclusa e inconcluyente (López, 2022). En ese sentido, la realidad que conocemos es inestable, ya que no reconocerla como incomprendible nos aleja de la propuesta Hegeliana que se basa en el principio de identidad y la unidad entre sujeto y objeto.⁶ Esta dialéctica es negativa, además, porque nos aleja de la absolutización del concepto y rescata las subjetividades, que pueden ser irracionales, presentes en la realidad constantemente cambiante.

1.2.2. Convergencias entre Debord y Adorno: falsedad como estructura de mundo

En las secciones anteriores hemos puesto de relieve que Adorno (2022, pp. 138-139 & p. 133) y Debord (2014, p. 20 & pp. 36-37) coincidan cuando aseveran que la modernidad no solo produce representaciones engañosas, sino que organiza el mundo entero a partir de una lógica estructural de falsedad. Para Adorno, esta falsedad se expresa en la totalidad: un sistema que borra la diferencia, fuerza la identidad y silencia lo que no puede ser integrado. Por otro lado, para Debord, el espectáculo es la forma visible y sensible en que esta totalidad opera mediante la producción constante de imágenes que reemplazan la experiencia directa. Lo que para Adorno aparece como reconciliación abstracta, en Debord se concreta como una cosmovisión impuesta: una forma de vida mediatizada por representaciones. No es solo el engaño o ilusión lo que se presenta en ambos autores, sino que es la manera en que la falsedad se vuelve condición de posibilidad del mundo. Lo que presenta como verdadero solo funciona en tanto que se ajusta a una lógica que excluye lo diferente, lo que no puede ser nombrado ni presentado del todo.

Russell (2021, p. 36) sostiene que para Adorno esta falsedad proviene del modo en que la totalidad borra las diferencias particulares y convierte los momentos individuales en particularidades y convierte los momentos individuales en partes subordinadas de un sistema cerrado. Para reforzar ese argumento, Debord (2014) considera la idea de que el espectáculo no solo es conjunto de imágenes, sino el reflejo estructural del mundo moderno en el cual “[...] la particularidad del espectáculo [...] degenera en falsificación general de la sociedad [...]” (p. 82). Así, el espectáculo no produce falsedades aisladas, sino que crea una lógica en la que la verdad solo aparece

⁶ Recordemos que el principio de identidad entre sujeto y objeto conduce la reflexión kantiano-hegeliana al absoluto como culminación del movimiento dialéctico.

dentro de lo falso, y por ello, la relación entre lo falso y verdadero hace que la verdad aparezca solo en sincronía con lo falso (cf. Russell, 2021, p. 36).

A partir de esta observación, el espectáculo no puede entenderse como simple propaganda ni como una ilusión pasajera: es una cosmovisión sostenida por apariencias que se presentan como reales y que configuran la vida cotidiana. Adorno (2001) plantea que “[...] hay mucho de falsedad en las consideraciones que parten del sujeto acerca de cómo la vida se tornó apariencia [...]” (p. 10). Esta falsedad no viene solo desde fuera: se interioriza en los sujetos y así interpretan el mundo a partir de estas imágenes dominantes. Por ello, la dialéctica, para Debord, seguirá siendo una forma de pensamiento necesaria: “[...] always conceived dialectics as moving towards a unified accord with ‘the reality that seeks it’ [...] and that the ‘dialectician’ wields [...] ‘intelligence of the real’ [...]” (Debord, 2006, citado por Russell, 2021, p. 35).⁷ Sin embargo, ¿cómo se relaciona todo esto con la subjetividad?

Para ambos autores, el sujeto moderno está en riesgo de ser disuelto por las propias condiciones sociales que lo rodean. Todo ataca su autonomía: fuerzas económicas, políticas y simbólicas. Ahora bien, no quiere decir que las experiencias subjetivas desaparezcan, pero se producen bajo condiciones que limitan la capacidad del sujeto de pensarse fuera del espectáculo. Por consiguiente, para Debord (2014), el espectáculo somete a los sujetos “[...] en la medida que la economía les ha sometido totalmente. No es más que la economía desarrollándose por sí misma. Es el reflejo fiel de la producción de las cosas y la objetivación infiel de los productores [...]” (p. 39). Así, el espectáculo tiene como objetivo desaparecer el sujeto.

La falsedad del espectáculo, por tanto, no se sostiene solo por lo que muestra sino por lo que hace con el deseo del sujeto. Para Debord (2014), las necesidades propias del sujeto moderno “[...] no puede contrastarse con ninguna necesidad o deseo auténtico que no esté él mismo conformado por la sociedad y su historia. Pero la mercancía abundante está allí como la ruptura absoluta de un desarrollo orgánico de las necesidades sociales [...]” (p. 62). Las necesidades se producen, no emergen naturalmente, y son justamente esas necesidades las que organizan el espectáculo. En otras palabras, el espectáculo nace del deseo moldeado y al mismo tiempo lo reproduce, lo perfecciona y

⁷ “[Debord] siempre concibió la dialéctica como un movimiento hacia un acuerdo unificado con «la realidad que la busca» [...] y que lo «dialéctico» ejerce [...] la «inteligencia de lo real» [...]” (mi traducción).

lo estetiza. Incluso, otro ejemplo perfectamente pueden ser los deseos de tener una casa o familia que se presentan como naturales, pero en realidad son efectos del modelo social que transforma el deseo en herramienta de control.

La lectura de Adorno sobre el espectáculo de Debord es sugerente. La crítica del primero coincide con pues la sociedad moderna produce falsedad generalizada que arrastra a los sujetos hacia su ruina, revistada de satisfacción. Como afirma Russell (2021), la crítica adorniana apunta a un mundo social cuya burla es intencionada y no se oculta ante los sujetos “[...] to drag human beings along a road to ruin paved with social satisfaction. It is the untruth of a world whose monstrosity it has truthfully become [...]” (p. 47).⁸ Así mismo, a esto se le suma otro elemento significativo: la autonomía del espectáculo como estructura viviente, capaz de renovarse y perpetuarse. El espectáculo no es solo una ilusión, sino que es una lógica que se sostiene en la mente de los sujetos. Para Mannheim (2015, p. xxv, citado por Russell, 2021, p. 38), una sociedad es posible en tanto que los individuos sostienen en su mente alguna imagen de su sociedad. Incluso, Debord (2014) retoma esta idea y señala que tal es el punto del espectáculo que hace que los sujetos de su pseudomundo cada vez se les haga más difícil reconocer y nombrar su propia miseria. Así, la falsedad no es únicamente colectiva: también se vuelve experiencia interior, privada y emocional.

Por todo lo anterior, las frases “El todo es lo no verdadero”, de Adorno (2001, p. 48), y “[...] lo verdadero es un momento de lo falso [...]”, de Debord (2014, p. 37), se vuelven intercambiables. Ambos autores sostienen que la verdad ha perdido fuerza crítica y ha sido absorbida por un sistema que se autorreproduce en su propia apariencia. Adorno (2001) plantea: “Entre los avezados espíritus prácticos de hoy, la mentira hace tiempo que ha perdido su limpia función de burlar lo real. Nadie cree a nadie, todos están enterados [...]” (p. 27). Lejos de expresar cinismo, este pasaje revela la paradoja central del mundo espectacular: todos saben que es falso y, sin embargo, lo siguen como si fuera real. De esta manera, Adorno y Debord permiten comprender que la sociedad del espectáculo no es simplemente un exceso de imágenes, sino una estructura que transforma la experiencia, el deseo y la subjetividad desde una lógica de falsedad. Dicha lógica espera como un mundo paralelo, pero con efectos tan reales sobre lo que sentimos, pensamos y hacemos. Como anticipa el cierre de este capítulo, uno de los efectos se hace

⁸ “[...] arrastrar a los seres humanos por un camino hacia la ruina pavimentado de satisfacción social. Es la falsedad de un mundo en cuya monstruosidad se ha convertido verdaderamente [...]” (la traducción es mía).

especialmente evidente en el terreno afectivo: el amor, la traición y la infidelidad se convierten en formas de consumo espectacular. Lo íntimo se traduce en imágenes que refuerzan la apariencia como cotidianidad y forma de vida.

1.3. Falsedad estructural y apertura dialéctica: hacia Adorno

En las páginas precedentes se ha mostrado cómo la industria cultural, tal como la conciben Horkheimer & Adorno (1998), no es solo una forma de producción simbólica, sino que es un dispositivo de poder que organiza la percepción, los deseos y la experiencia social a través de estrategias como la repetición, la anticipación y el control. La industria cultural se legitima históricamente como parte del desarrollo del capitalismo moderno y encuentra en el espectáculo, como sostiene Debord, su expresión más acabada. Su pseudomundo, lleno de imágenes, reemplaza la experiencia directa por una forma de vida mediatizada. El espectáculo se vuelve, en ese sentido, una estructura simbólica totalizante que produce un orden estético, afectivo y social donde la apariencia se presenta como realidad. Así, lo verdadero no desaparece, sino que solo puede manifestarse como un *momento de lo falso*. Tal como lo hemos constatado más arriba, ello se vincula con las tesis de Adorno de que el *todo es lo falso*, ya que cuestiona toda pretensión de sistema cerrado que borra las tensiones y contradicciones. Así mismo, la falsedad que sostiene al espectáculo no es externa, sino que se interioriza en los sujetos influyendo en su forma de desear, identificarse y comprender su mundo. En esa línea, el espectáculo configura una cosmovisión invertida, donde las necesidades y los deseos se producen de modo artificial, y la experiencia se somete a lo visible, lo repetible y lo que se consume.

Para comprender críticamente esta estructura falsa en tanto que no se desea caer en una afirmación totalizante que la reemplace por una verdad cerrada, es necesario profundizar en la filosofía adorniana, desde la contradicción, desde lo que no encaja y desde lo que se resiste a ser integrado. Todo ello se observa en la dialéctica negativa que será desarrollada en el capítulo siguiente. Se trata, según el filósofo, de mantener siempre abierta la tensión entre concepto y objeto, entre apariencia y verdad, entre totalidad y diferencia. Solo así será posible construir una crítica que no repita las formas dominantes que denuncia.

CAPÍTULO II: PENSAR DESDE LA NEGATIVIDAD: CRÍTICA A LA IDENTIDAD Y PRODUCCIÓN DE FALSEDAD

En el capítulo anterior hemos visto cómo la industria cultural y el espectáculo estructuran, de manera dominante, la producción simbólica, pero, además, cómo configuran no solamente la subjetividad contemporánea mediatizada, sino, además, también el pseudomundo basado en la experiencia, la repetición y la falsedad sistemáticas. Esto último constituye la estructura central del mundo que organiza la experiencia y la subjetividad de los sujetos desde la lógica totalizante del sistema capitalista, que se apropia de lo íntimo y lo privado y los enajena para convertirlos en mercancía y rentabilizarlos. Tanto Adorno como Debord señalan que lo verdadero se subsume en una forma de vida en donde la totalidad impone una verdad administrada, dosificada. Esta verdad administrada está sujeta a los mecanismos del capital y la representación.

Con este panorama, entonces, es necesario seguir explorando lo espectacular, como experiencia de vida, desde los fundamentos filosóficos. Este segundo capítulo se propone presentar la dialéctica negativa de Theodor Adorno como un marco teórico capaz de cuestionar no solo los productos del espectáculo, sino también las condiciones de posibilidad del pensamiento que los naturaliza. En primer lugar, analizaremos la figura del sujeto moderno heredero de la ilustración, centrado en el conocimiento y la pretensión de objetividad.

En segundo lugar, se problematizará el proceso de identificación conceptual y, por consiguiente, se explicará que la dialéctica negativa denuncia que la filosofía moderna tiende a reducir lo real a lo pensable, borrando la no-identidad y la diferencia (Adorno, 2022, p. 191). Se demostrará que, por ello, la apariencia, más que un engaño, opera como una forma estructurada de falsedad que penetra el pensamiento, la experiencia de vida y la subjetividad. En tercer lugar, introduciremos dos aspectos importantes para la investigación. Por un lado, articularemos la idea del sujeto autónomo con deseos, impulsos y daños psíquicos porque condicionan el modo en que los sujetos experimentan

el espectáculo. Por otro lado, analizaremos la noción de infiel como concepto que totaliza al sujeto, revelando cómo éste, pretendiendo ser objetivo, en realidad reproduce una lógica de simplificación que niega la complejidad afectiva y la no-identidad del sujeto.

2.1. El sujeto moderno y la absolutización del conocimiento

Tengamos presente, con la crítica especializada, que la dialéctica adorniana es negativa porque “[...] reivindica la primacía de la realidad sobre lo conceptual y abstracto”, puesto que Adorno determina para “[...] la filosofía [el ejercicio de] una función crítica respecto de los distintos esquemas o sistemas conceptuales” en el entendido de que es necesario “[...] desenmascarar la utilización interesada y manipuladora [del saber en la cultura de masas]”, como sugiere Boladeras (2015, p. 52).

La crítica de Adorno al sujeto moderno parte de una sospecha sobre la herencia de la ilustración. La ilustración pretende que la razón de los individuos sea autosuficiente, objetiva y capaz de captar la totalidad de lo real mediante el pensamiento. Por ello, desde Kant y Hegel se espera que el sujeto pueda comprender y ordenar el mundo desde categorías universales, estables y definitivas. No obstante, esta razón, que fue concebida como el medio para alcanzar las verdades inmutables de las leyes de la naturaleza que conducen al progreso, también ha contribuido a la enajenación del sujeto. Según Adorno, la ilustración reduce la realidad en tanto y en cuanto es comprendida por conceptos. Sin embargo, estos conceptos son provisionales porque son mediados y limitados. El autor no pretende rechazar la validez de los conceptos, sino que critica su uso absolutizador, la pretensión de que el concepto capta la totalidad del objeto. Precisamente, Adorno (2020) considera que uno “[...] de los motivos para una tal dialéctica negativa es precisamente perseguir esto, investigarme para saber por qué me resisto tanto contra el concepto de síntesis [...]” (p. 40). Ello se debe a que, según Adorno (2022), los conceptos no agotan lo conceptualizado, sino que, en el proceso de conceptualización, el objeto se escabulle y escapa. De esta manera, en la medida en que la Ilustración —primero con Kant, y luego con Hegel—⁹ planteaba dominar la realidad bajo ideas fijas, termina negando aquello que no se puede nombrar: lo singular, lo contradictorio y lo no-idéntico.

La universalidad que reproduce la conservación de la vida, pone a ésta a la vez en peligro en un grado de más en más amenazador. Contra lo que pensaba Hegel,

⁹ Hay que tener en cuenta que Kant establece las condiciones que hacen posible pensar el conocimiento a través de categorías y, luego, Hegel sistematiza esta estructura en un proceso dialéctico que busca la reconciliación de todas las contradicciones. Lo que se expondrá, en adelante, es que para Adorno (2020 & 2022) ambos representan una tendencia a reducir la riqueza de lo real a la lógica del pensamiento.

la violencia del universal en proceso de realización no es de suyo idéntica a la esencia de los individuos, sino que a la vez se le opone. Los individuos son máscaras de teatro, agentes del valor, y no sólo en el terreno especial, según se cree, de la economía. Sus reacciones se producen bajo la imposición de lo universal, incluso donde se imaginan evadidos al primado de la economía, en las zonas profundas de su psicología, en la *maison tolérée* de lo intactamente individual. Cuanto más se identifican con el universal, tanto menos lo son a su vez por obedecerle sin resistencia. En los mismos individuos se expresa que el todo junto con ellos sólo se puede conservar por medio del antagonismo. Por más que se opongan a lo universal en su conciencia, incluso hombres conscientes y bien capaces de criticar lo universal se ven obligados por motivos ineludibles de autoconservación a acciones y actitudes que le ayudan ciegamente a afirmarse. La única razón de la apariencia de reconciliación es que, para sobrevivir, hay que considerar como propio lo que nos es extraño. (Adorno, 1984, p. 309)

En esa línea de reflexión, Adorno (1992, pp. 13-14) entiende que, puesto que la realidad concreta no puede comprenderse solamente desde una racionalidad técnico-científica (Escalante, 2018, pp. 284-285), por lo mismo termina encasillándose en un sistema cerrado, de espaldas a lo real. Adorno afirma que, si bien es loable el intento de la tradición formativa ilustrada de pensamiento por construir un sujeto cognoscente, que pueda conocer, ordenar y clasificar, su intento fracasa porque su construcción es incompleta e inacabada. El sujeto cognoscente resultante es una subjetividad desencarnada y desarraigada que desconoce las mediaciones sociales, afectivas y libidinales que constituyen su propia subjetividad. El sujeto cognoscente, que es necesario para que exista el conocimiento, no necesariamente es un fundamento indispensable de la realidad. “Toda afirmación de que la subjetividad de alguna manera «es» incluye una objetividad que el sujeto no pretende fundamentar sino en virtud de su ser absoluto [...]” (Adorno, 2022, p. 176). Es decir, la subjetividad existe e introduce una contradicción en la medida que el sujeto adquiere reflexión y otorga una existencia que depende de la objetividad a la que pretende separarse. Toda subjetividad estará inmersa en un contexto objetivo y dependerá, por tanto, de la objetividad. Ahora bien, este pensamiento no solo es racional, sino que también hay una energía libidinosa (energía humana y más profunda) que abarca el deseo, la afectividad y otros aspectos que compone un sujeto (Adorno, 2022). De esta manera, constatamos que el objeto solo puede ser conocido por el sujeto —mientras estén en

relación— y a esta relación se le agrega el componente subjetivo. Adicionalmente, esta afirmación nos ayuda a comprender que el sujeto no es una instancia autosuficiente, que está históricamente condicionado. Su conciencia está atravesada por procesos sociales y también por fuerzas afectivas y pulsiones que superan la razón.

En ese sentido, Almanza (2020) razona que de la idea de que “[...] el sujeto no tiene una conciencia racional únicamente, sino que esta se deriva más bien de impulsos de la libido [...]”, se sigue como consecuencia la idea de que “[...] el deseo y los impulsos corporales hacen parte del mismo sujeto, pues la conciencia hace parte del sujeto vivo y por tanto hace parte de su cuerpo. [...]” (p. 68). La reflexión de Almanza se apoya en el siguiente pasaje de la *Dialéctica negativa* en el que Adorno (2022) afirma, en efecto, que: “Sin relación alguna con una conciencia empírica, la del yo vivo, no habría ninguna conciencia trascendental, puramente espiritual” (p. 176). Es decir, la conciencia del sujeto no solo es relacional, como hemos explicado, más arriba, que plantea la tradición ilustrada moderna que crítica Adorno, sino que se origina también por impulsos libidinales (deseos). La conciencia es —también— parte de su ser vivo —de su cuerpo—. Lo particular de esta relación es que, si se considera la preeminencia del objeto, el sujeto siempre lo evocará bajo determinaciones objetivas, pero no necesariamente reflexionará subjetivamente sobre sus particulares y valores, tanto en cuanto al objeto como en cuanto al sujeto (Almanza, 2020). Esto es lo que da paso a la negatividad y no la identidad. De esta manera, cuando emerja una relación dialéctica, es necesario para el sujeto —en tanto y en cuanto racional y pulsional— que “[...] los objetos aparecen de manera diversa, aquellos que se adecúan al concepto como aquellos contradictorios y diferentes del concepto; entonces la apariencia se contrasta con una verdad que también se debe a la dominación [...]”, sugiere Almanza (2020, p. 69).

Con todo ello, Adorno elabora su propuesta desde la negatividad y abre el espacio para pensar desde lo que se escapa a la identidad. No intenta construir un nuevo sistema de verdad, sino que siempre considera aquello que el sistema tradicionalmente silencia. Esto, sin duda, aparece en la sociedad del espectáculo. Los sujetos consumen imágenes, juicios y narrativas cerradas, pero no son lo suficientemente aptos para reconocer la falsedad estructural que habita en su interior. En ese sentido, no es posible analizar el espectáculo sin una crítica previa al modo en que la modernidad ha concebido al sujeto.

2.1.1. Crítica a la identidad y rescate de la no-identidad

En *Dialéctica negativa*, Adorno (2022, p. 17, pp. 145-146 & p. 191) se opone a la tendencia del pensamiento moderno de subsumir lo particular bajo categorías universales. Para él, esta operación de identificación conceptual no solo empobrece la realidad, sino que genera falsedad estructural. Es decir, lo real es presentado como plenamente comprendido cuando, en realidad, el concepto nunca agota lo conceptualizado. La contradicción, para Adorno, no debe ser superada —como pretende Hegel (2017b [1807], p. 31)—, sino asumida como índice del límite de la conceptualización: la contradicción es, pues, “[...] un indicio de la no-verdad de la identidad, del agotamiento de lo concebido en el concepto [...]”, sostiene Adorno (2022, p. 17). Es decir, la contradicción deja ver un indicio de la falsedad de la identidad en tanto que esta primera no es un simple paso a la síntesis superior. Por consiguiente, la identidad no se puede entender como un resultado positivo, sino como el síntoma de una violencia epistemológica. En otras palabras, se debe forzar lo heterogéneo a encajar a una forma unificada. Así, Adorno apuesta por una epistemología que no implique totalidad ni reconciliación, sino, todo lo contrario, que acoja lo diverso, lo fragmentado y lo contradictorio como expresión auténtica de lo real. En tanto que la contradicción revela las tensiones y los conflictos que la realidad expone: “La dialéctica es la consciencia consecuente de la no-identidad. No adopta de antemano un punto de vista [...]”, continúa Adorno (2022, p. 17). Desde la postura del filósofo, el pensamiento siempre debe mostrarse abierto, evitando la clausura, y siempre manteniendo la tensión entre el concepto y aquello que escapa de este.

Para comprender la crítica de Adorno y su ruptura con Hegel, es necesario atender a la dialéctica tradicional que afirma que lo universal siempre logra captar la esencia de lo particular. Como se explicó anteriormente, el devenir de lo real es un proceso dialéctico en el que lo singular es subsumido dentro del todo. En esa línea, la negatividad aporta al sistema porque es parte de la racionalidad. En el prólogo de la *Fenomenología del espíritu*, Hegel (2017b [1807], p. 31) sostiene que:

El movimiento de lo que es consiste, de una parte, en devenir él mismo otro, convirtiéndose así en su contenido inmanente; de otra parte, lo que es vuelve a recoger dentro de sí mismo este despliegue o esta existencia, es decir, se convierte a sí mismo en un *momento* y se simplifica como determinidad. En aquel movimiento, la *negatividad* es la diferenciación y el poner la *existencia*

[Dasein]; en este recogerse dentro de sí, es el devenir de la *simplicidad determinada [bestimmte Einfachheit]* (cursivas en el original)

Esto demuestra, en breve, que la identidad siempre está vinculada con el cambio, la contradicción y la superación. Respecto a la primera frase de la cita, Hegel nos plantea que cualquier concepto no es estático, sino que se encuentra en un constante proceso de devenir en otro. Es decir, la identidad se da a través de una relación con lo diferente o su opuesto. Este otro no está separado de la cosa misma, sino que es parte de —está dentro—. La identidad, en otras palabras, es también la diferencia y el cambio en tanto que este a través de este devenir otro, la identidad se define y desarrolla. Cuando Hegel habla acerca de la determinidad, en otras palabras, estamos entendiéndolo como la síntesis de la dialéctica —proceso que se obtiene después de haberse diferenciado de su otro— en el que la entidad/concepto vuelve a recogerse dentro de sí misma (superación). La diferencia es preservada y elevada a un nivel más alto en su comprensión. El regreso a sí mismo, es lo que Hegel llama determinidad. La identidad, en este momento, se afirma en el movimiento dialéctico donde lo diverso y lo opuesto se integran en una nueva unidad. Finalmente, cuando se menciona la negatividad es porque es aquel elemento que impulsa el movimiento de la diferenciación en el proceso dialéctico. Ello es fundamental en tanto que lleva a la cosa a transformarse en otra. Con todo ello, vemos que, para Hegel, la identidad está en constante transformación.

Esta idea es central en la crítica de Adorno al sistema que propuso Hegel, cuando este intenta reconciliar la contradicción en un saber absoluto. Adorno (2022) señala que “[...] la no-identidad es el *telos* de la identificación, lo que en ella se ha de salvar; el defecto del pensamiento tradicional consiste en tomar la identidad por su objetivo [...]” (p. 145). Por el contrario, la dialéctica negativa apunta a que el pensamiento permanezca fiel a la experiencia sensible, a lo que no encaja o a lo que se resiste a ser conceptualizado y, por consiguiente, objetualizado y reificado. De ahí que la crítica a la identidad no implica un rechazo a los conceptos, sino a una conciencia constante de su límite. Para reforzar esa idea, tengamos en cuenta que Adorno explica que “[...] el momento de la no-identidad en el juicio identificador es sin más discernible en la medida en que todo objeto singular subsumido en una clase tiene determinaciones que no están contenidas en la definición de su clase [...]” (p. 146). En otras palabras, se pone en evidencia que la no-identidad consiste en mostrar el objeto como algo más allá de su categoría, revelando la complejidad que contradice la lógica estricta de la identidad; es decir, que bien podemos

entender que la función del pensamiento es atender a ese excedente —lo restante— y no disolverlo en la comodidad del sistema.

Ahora bien, esta forma de pensar cobra relevancia cuando, como en el presente estudio, se quiere analizar diferentes fenómenos sociales contemporáneos, como el espectáculo. Conceptos cerrados como “famoso”, “traidor”, “infiel” y varios otros más que les son afines, y que se aplican al sujeto, ocultan sistemáticamente su riqueza interna, sus ambivalencias y sus contradicciones a los puntos de vista tradicionales, afincados en la lógica de la identidad. El concepto “infiel”, por ejemplo, no logra captar la no-identidad inherente a la persona. Hemos dicho más arriba que la no-identidad no niega las determinaciones, añadamos ahora, en consecuencia, que la no-identidad complejiza aún más dichas determinaciones. Como sostiene López (2023), la propuesta de la dialéctica negativa actúa como un proceso que introduce temporalidad en lo que aparenta ser eterno e intemporal, abriendo el concepto a nuevas reformulaciones críticas. Reflexionar desde la no-identidad, además, es tanto rechazar la simplificación de los sujetos y de los fenómenos como permitirse ampliar la mirada para buscar una comprensión más justa, flexible y plural de la realidad.

2.1.2. La apariencia como estructura de la verdad falsa

La crítica de Adorno (2022, p. 42) a la no-identidad conceptual no solo implica una revisión de las estructuras del pensamiento moderno, sino que también posibilita comprender cómo opera la falsedad en el interior del conocimiento. Como vimos en el apartado anterior, el concepto tienen en su interior una no-identidad que es negada por la lógica de la equivalencia. Por lo tanto, la apariencia no puede entenderse únicamente como ilusión externa. En ese sentido, la apariencia es también un fenómeno interno al pensamiento. Dicho de otro modo, la apariencia es una forma en donde la verdad se vuelve ambigua, condicionada por sus posibilidades. El análisis de la apariencia va de la mano con la crítica de la identidad, pues comparten el mismo objetivo: la imposibilidad de cerrar lo real en fórmulas conceptuales. Así, la apariencia se convierte en una estructura de falsedad y ello está ligado a las formas de dominación simbólica que operan en la cultura moderna.

Desde la óptica de Adorno, la apariencia se convierte en una estructura de falsedad que se articula en la forma misma de la identidad. Según el filósofo alemán, el pensamiento conceptual trabaja organizando y simplificando lo que genera la apariencia de identidad. Con esto último, Adorno (2022) asevera que “[el] orden conceptual se desliza satisfecho ante lo que el pensamiento quiere concebir. Su apariencia y su verdad

se interfieren [...]” (p. 17). En otras palabras, el pensamiento se acomoda en su propia lógica y no necesariamente cuestiona los límites para llegar a síntesis, tal como lo plantea Hegel. La verdad, en lugar de mostrarse tal como es, se ve afectada por la forma en cómo pensamos. Nuestro pensamiento tiende a reducir la complejidad de la realidad a ideas fijas y cerradas. Así, la contradicción entre lo real y lo pensado desempeña un papel importante para la dialéctica adorniana (cf. Pienknagura, 2004, p. 61).

Cuando se intenta totalizar el conocimiento en una síntesis, esconde la particularidad y lo contingente. Por ejemplo, cuando un sujeto identifica algo, al mismo tiempo, pensamos —generamos— contradicciones en tanto y en cuanto que lo real es más amplio y complejo que cualquier concepto que pretenda captarlo. Según Massé (2004), para Adorno, “[la] contradicción es lo no idéntico bajo el aspecto de la identidad; la primacía del principio de contradicción, dentro de la dialéctica mide lo heterogéneo por la idea de identidad [...]” (p. 11). Así, la apariencia es una forma constitutiva del pensamiento conceptual, que tiende a apartar aquello que no encaja en sus límites.

Lo que Adorno entiende por contradicción difiere con el pensamiento hegeliano. En el sistema tradicional, la contradicción no es lo irresuelto, sino que es un momento metodológicamente necesario para el despliegue de la conciencia en su progresión hacia el saber absoluto. Para Hegel, en efecto, la contradicción impulsa, progresivamente, hacia la síntesis que integra lo diverso. Esto es muy diferente a lo que ocurre en el pensamiento adorniano. En el movimiento dialéctico, Hegel (2017b [1807]) implica: “La conciencia sabe algo, y este objeto es la esencia o el *en-sí*; pero éste es también el *en-sí* para la conciencia, con lo que aparece la ambigüedad de este algo verdadero [...]” (p. 51; cursivas en el original). Es decir, la conciencia percibe al objeto en su dualidad, primero como entidad externa (*en-sí*) que se interioriza, pero también como entidad externa que permanece en la exterioridad ininteriorizable (*ser para-sí*). Como el objeto queda como entidad autónoma en la pura exterioridad y entregado a su mismidad inaprehensible, a partir de la conciencia de la exterioridad se genera precisamente la contradicción en el sujeto: la conciencia subjetiva arriba al pensamiento que le muestra que, debido a la exterioridad, el objeto fuera de la conciencia no es idéntico al modo en que el objeto es percibido y comprendido en la interioridad subjetiva. En otras palabras: el objeto es en sí mismo, ciertamente, pero también es eso mismo que la conciencia del sujeto sabe del objeto. Por consiguiente, la conciencia experimenta una ambigüedad de aquello verdadero —el objeto— por lo que, como parte de su movimiento dialéctico, procura

resolver esta discrepancia buscando una comprensión plena y verdadera que sea lo absoluto respecto del objeto. El siguiente movimiento, según la propuesta de Hegel (2017b [1807], p. 51), supone que

[...] la conciencia tiene ahora dos objetos: uno es el primer *en-sí*, otro el *ser-para-ella de este en-sí*. El segundo sólo parece ser, por el momento, la reflexión de la conciencia en sí misma, una representación no de un objeto, sino sólo de su saber de aquel primero [...]

Para entender mejor este pasaje hegeliano tengamos presente que estas dos perspectivas, a las que se somete la consciencia, son sobre el mismo objeto. Para Hegel, la superación [*Aufhebung*] —del en-sí y ser-para-sí— de esta contradicción no implica que alguna de las dos partes de deseché, sino se integren. Ello demuestra que la contradicción, en la dialéctica tradicional, es el motor del autodesarrollo que da paso a una nueva identidad. Sin embargo, Adorno se opone a esta propuesta formulando sus propias consideraciones. Es decir, según López (2023), cuando Adorno se opone a la doctrina de la identidad —de cada parte consigo misma y de cada parte con el todo— para dar paso a su dialéctica negativa pone en manifiesto que el conocimiento no puede ser un absoluto eterno, sino todo lo contrario, es una actividad que se debe a una realidad fluyente, inconclusa e incluyente.

Así, lo no absoluto del conocimiento afecta directamente la forma en la que Adorno entiende la apariencia y su relación con la verdad. Precisamente, esto se intensifica más cuando el contexto está dirigido por el espectáculo, como estructura de poder. Ahora bien, con respecto a la apariencia podemos plantear que se intensifica en el espectáculo. Ahí se consolida una lógica de lo visible que administra el acceso a la verdad. Recordemos brevemente que, para Adorno (1984, p. 309), en la industria cultural lo simbólico no solo reproducen ideologías, sino que, además, también configura la experiencia misma de la verdad. En ese sentido, Almanza (2020, p. 69) plantea que los objetos aparecen de muchas formas, por lo que no coinciden con el concepto; algunos encajan, pero otros lo contradicen o se oponen: por ello, lo que aparece como verdad está condicionado por las relaciones de poder que determinan *cómo lo visto debe ser visto*. Así, lo que se presenta como verdadero también puede estar mediado por una lógica de poder que administra sentido y refuerza la apariencia como verdad socialmente aceptada. Eso ocurre en el espectáculo.

En resumen, la dialéctica negativa, como proceso, permite visibilizar los puntos de fisura del sistema conceptual tradicional. “Pensar es, ya en sí, negar todo contenido particular, resistencia contra lo a él impuesto; esto el pensar lo heredó de la relación del trabajo con su material, su arquetipo [...]”, sostiene Adorno (2022, p. 29). Esto último nos hace pensar que la resistencia del pensamiento nos permite comprender que la apariencia no es lo opuesto a la verdad, sino una forma en donde la falsedad se estructura dentro del conocimiento mismo. Como se puede apreciar en el hilo argumental de la presente investigación, la difícil tarea de analizar la subjetividad del espectáculo exige preguntarse, pues, por todas las formas en las que se instala la apariencia como verdad compartida por la sociedad, una falsedad estructural.

2.1.3. Deseo, impulso y falsedad: crítica a la imagen del sujeto

De acuerdo con Almanza (2020, p. 69), podemos entender que, para Adorno (1984, p. 309 & 2022, p. 29), la apariencia es una forma estructurada de falsedad que se organiza desde la lógica de la identidad. Además de operar en el plano conceptual, también incide en cómo los sujetos viven, desean y se relacionan. En ese sentido, la apariencia también genera problemas en la subjetividad: influye en cómo se experimenta la realidad, lo que se desea de ella y cómo se responde ante lo que se nos presenta como lo verdadero. Adorno no solo se enfoca en el conocimiento, sino que también considera la dimensión antropológica en la que el sujeto aparece atravesado por impulsos, afectos y contradicciones, que el pensamiento dominante tiende a negar. Consecuentemente, en esta sección nos centraremos en analizar cómo, desde la propuesta adorniana de la dialéctica negativa, el sujeto es comprendido de una manera distinta, en la que el deseo y el impulso participan en la producción de falsedad.

Adorno incorpora una dimensión corporal y afectiva que desafía la idea de que el sujeto es conciencia racional autosuficiente y puramente abstracta. En esa línea, hemos dicho que Almanza (2020, p. 68) plantea que el sujeto no tiene únicamente conciencia racional, sino que, en el sujeto, la conciencia racional está acompañada por impulsos libidinales. En otras palabras, los deseos corporales son parte del sujeto. Dicho de otra manera, aún más precisa: el pensamiento racional humano no nace de una instancia pura —*a priori*, ahistórica—, sino que está mediado por la experiencia vivida y deseante. La conciencia racional, como se desprende de todo lo analizado hasta aquí, incluye también caudales de energía libidinal que es moldeada por las condiciones sociales, el espectáculo.

Por consiguiente, entendemos que el sujeto está escindido entre sus deseos de autonomía y dependencia a fuerzas externas que moldean su interioridad. En efecto, dichas condiciones generan un sujeto contradictorio. Por un lado, racional en apariencia, pero, por otro lado, moldeado por la producción simbólica, como son la industria cultural y/o el espectáculo. La conciencia es parte del sujeto y, también, de su cuerpo, sostiene Almanza (2020, p. 68). Así, lo que se desea o lo que se rechaza siempre van de la mano con los mecanismos que generan falsas necesidades, en tanto y en cuanto que se presenta la apariencia como verdad. La falsedad, en ese sentido, se vuelve constitutiva porque el sujeto no solo es víctima de la falsedad que le impone el contexto, sino que también es partícipe de ella a través de sus deseos y juicios.

En consecuencia, la imagen crítica del sujeto que propone Adorno no idealiza la subjetividad ni tampoco la niega. El filósofo reconoce que está dañada, moldeada por las mismas condiciones históricas que condujeron su potencia a una mínima expresión. A todo esto, ¿cuál es, entonces, la esperanza? Es en la contradicción y en su negatividad que el sujeto mantiene la posibilidad de resistir, de pensar desde el resto no asimilado por el propio sistema simbólico. Por ello, es importante comprender cómo el deseo y el impulso están atravesado por la falsedad, pues ello permite iniciar la crítica del espectáculo en la cual la subjetividad no solo es receptora de imágenes, sino que, también, es agencia productora de sentido y, por consiguiente, territorio de disputa simbólica. Por último, como se profundizará en el siguiente apartado, la falsedad también opera en las categorías sociales que usamos para nombrar y juzgar personas. Así, el concepto “infiel”, por ejemplo, cuando se expone como algo simple, cancela la complejidad del sujeto.

2.2. El vocablo “infiel” como síntoma de la totalización

Para comprender la argumentación que vamos desarrollando —anticipando al tercer capítulo—, recordemos que la industria cultural y el espectáculo configuran el mundo donde la apariencia se impone como verdad. Así mismo, con la dialéctica negativa expusimos que el pensamiento identitario tiende a forzar la realidad en conceptos fijos, negando la no-identidad que atraviesa tanto al objeto como al sujeto. Esta lógica totalizante no solo afecta al pensamiento, sino que también moldea impulsos y deseos, reduciéndolos a formas prefabricadas que refuerzan los códigos del espectáculo. Por ello, la categoría infiel opera como dispositivo de clausura: nombra al sujeto desde un solo rasgo, anulando su complejidad, sus tensiones y su singularidad. Para comprender ello es preciso examinar, en primer lugar, cómo se configura el concepto de fidelidad desde un sistema ético cerrado

como el de Hegel (2.5.1), para luego contraponer esta visión con la propuesta de Adorno y su crítica a la identidad desde los fundamentos de la dialéctica negativa (2.5.2).

2.2.1. La infidelidad desde la perspectiva del sistema cerrado de Hegel

Reflexionar y hablar sobre la fidelidad implica esforzarse por comprenderla más allá de su posibilidad de ser una elección subjetiva o emocional. En Hegel (2022) encontramos que este concepto adquiere su pleno sentido en la *Filosofía del derecho*, pues al interior de este texto desarrolla cómo el matrimonio es concebido como un momento ético al interior del seno familiar. En ese sentido, la fidelidad no es solo un compromiso individual, sino una forma concreta de expresión del sistema de la eticidad: un bien incorporado a la experiencia directa, tanto individual como colectiva. Consistentemente, Hegel (2022) plantea que “[...] lo ético es solamente lo verdadero y como tal es lo necesario, lo primero; y apenas en este suelo se ha desarrollado lo abstracto y lo subjetivo [...]” (p. 133). Lo que quiere decir que lo subjetivo —como las convicciones personales, la voluntad personal o el amor— solo adquiere validez cuando se encarna en una forma concreta y universalmente válida. Dicho en otras palabras: su forma concreta es la eticidad: una combinación del bien en la vida real y concreta de los sujetos. Según recientes estudios críticos especializados, la eticidad se presenta como una superación de las limitaciones de la moralidad, pues es entendida como un deber abstracto:

[...] la Eticidad se constituye en una universalidad concreta, donde el sujeto abstractamente considerado anteriormente es aquí incorporado a la totalidad de la vida, ya sea personal o colectiva, a través del trabajo, las relaciones sociales, políticas, etc. (Real, 2004, p. 25)

Es decir, la fidelidad no puede entenderse como un acuerdo privado entre individuos, sino que es una estructura socialmente objetiva que comparten todos los sujetos. El sujeto se reconoce a sí mismo dentro de una unidad sustancial mayor llamada *familia*. De ahí que Hegel (2022, p. 133 & p. 144) sostiene que la sustancialidad de la familia se basa en un sentimiento originario: el amor. Este sentimiento hace que los sujetos renuncien a su individualidad aislada.

Así, se encuentra ahí contenida la renuncia de la particularidad; el individuo renuncia a su personalidad como tal y tiene su personalidad ahora solamente en esta identidad. La familia es, entonces, un espíritu; el uno en el cual los individuos se encuentran. Por medio de la pérdida de la particularidad, ganan su esencialidad. El individuo no se limita en el amor. En la medida en que renuncia

a su personalidad, renuncia a sus límites, o existe concretamente como Idea. La familia es entonces aquí lo divino, lo sagrado. (Hegel, 2022, p. 144)

Dicho de otro modo, este sentimiento no es únicamente una emoción privada. Es un bien ético que se subsume en bien de la totalidad ética. Ser *fiel* supone, en ese sentido, asumir tanto la pertenencia a esa totalidad ética compartida como, al mismo tiempo, la renuncia a decisiones individuales en favor de una vida compartida. Sin embargo, este sentimiento amoroso no solo se sostiene por la emoción, sino que también lo acompaña la confianza. En esa línea, el filósofo reflexiona:

Una forma más precisa del amor es la confianza, que se remite más bien hacia los fines particulares. En el amor yace igualmente la confianza, pues aquí son mis fines particulares también los fines del otro; en la medida en que el otro procura para sí, se ocupa de lo mío. Tengo confianza en el otro en la medida en que sé que él estima lo mío igualmente. Este es el carácter de esta unidad sustancial. Como amor, está esta unidad sustancial en la forma de la sensación; todavía no es algo pensado. No es un universal como tal. Lo tercero es la disolución de la familia. El salir de esta unidad. (Hegel, 2022, p. 146)

Para concluir, entendemos que la fidelidad es una manifestación de esa unidad ética compleja vivida como amor y confianza. Así mismo, la fidelidad no solo es una práctica moral, sino que también su ruptura se vuelve un problema. No es un problema netamente individual, exclusivo del sujeto, sino que, bien visto, posee una dimensión colectiva porque, según Hegel, implica una fractura del orden ético que mantiene cohesionada a la familia como institución, propia del Estado.

2.2.2. El concepto de infidelidad desde la perspectiva filosófico-crítica de Adorno

Con las reflexiones vertidas más arriba hemos comprendido que, desde la perspectiva hegeliana, la fidelidad no es una decisión únicamente individual. Se vuelve una expresión ética de la unidad familiar. El amor se vuelve un concepto con dimensión objetiva y espiritual en donde los sujetos renuncian a sus particularidades y forman parte de un todo, la eticidad. Por tanto, la eticidad es un acto de integración del sujeto en una comunidad que supera el momento individual. No obstante, esta propuesta no ocurrirá con Adorno. Si el filósofo se opone a las universalidades absolutas, la infidelidad, más que una falta moral, puede ser entendida como una expresión de la contradicción que está presente en el sujeto moderno. Como bien lo hemos esclarecido en las páginas precedentes, el pensamiento tradicional moderno tiende a fijar los conceptos que reducen

la complejidad de lo real. Desde dicha perspectiva, por ejemplo, clasificar a una persona como infiel implica que dicho concepto anula la multiplicidad de dimensiones que conforman la experiencia subjetiva de dicha persona. Así, el concepto “infel” no logra captar la no-identidad inherente al sujeto.

En efecto, al sujeto no se le puede encasillar a un solo rasgo. La infidelidad no debe pensarse como una esencia que define al sujeto, sino que debe pensarse como una manifestación concreta que no agota su ser. El sujeto infiel no cancela sus otras dimensiones: gestos, emociones o incluso su honestidad. En esa línea, Adorno comenta:

El concepto, pues, en esa medida siempre queda rezagado frente a aquello que subsume. Cada B del que se dice que es A es siempre a la vez otro y es siempre más que A, que el concepto bajo el cual es colocado en el juicio predicativo. Pero, por otro lado, en un cierto sentido todo concepto es también más que aquello que es comprendido por él (Adorno, 2020, p. 42)

En este pasaje observamos que cualquier objeto (B) del que se dice que es A es —también— mucho más que A. Es decir, siempre hay una diferencia/contradicción entre lo que el concepto pretende captar y lo que la realidad muestra del objeto. Ahora bien, para esclarecer ello, llevemos esta relación al tema que persigue esta investigación: la *infidelidad* (A). Pensar en el concepto de infidelidad (A) no solamente se limita a sus características o actos en una relación de pareja (lo que se observa en la realidad concreta (B)). La infidelidad (A) no es solo una descripción formal de lo que una pareja define como una mala praxis de la fidelidad (B). En otras palabras, la infidelidad (A) va más allá de lo que realmente se puede entender como infidelidad: pérdida de confianza, vínculos mal contruidos, conflicto interno, ambigüedad moral, etc. Todos estos elementos formaban B, pero no siempre son captados por A. De esta manera, la contradicción, respecto a la infidelidad, nos da cuenta de que al interior del concepto *infidelidad* (A) hay muchos otros elementos asociados, como los emocionales, los sociales y, por qué no, los subjetivos, que superan el concepto formal en tanto y en cuanto se manifiesta en la realidad (B) cambiante.

Profundizando, la contradicción que emerge con este ejemplo entre el sujeto y el concepto nos muestra que toda pretensión de identidad es ya una forma de falsedad. En ese sentido, Adorno (2020) insiste en que: “ $A = B$, reside una pretensión extraordinariamente enfática. Se dice allí, ante todo, que ambos son realmente idénticos [...]” (p. 43). Esta identidad es un problema porque la lógica que identifica al sujeto con una categoría

determinada, como fiel-infiel, desconoce la tensión que hay entre lo vivido y lo nombrado. Así, la contradicción aparece como aquello que revela la falsedad de toda síntesis. Sin ánimo de ofrecer un contraargumento, el filósofo alemán insiste:

El hecho de que, pues, en el fondo, toda nuestra lógica y, con ella, también nuestro pensar se encuentren edificados sobre el concepto de contradicción o sobre su rechazo, esto confirma, ante todo, en una dialéctica tal, incorporar el concepto de contradicción como un concepto central y continuar el análisis partiendo de él. (Adorno, 2020, p. 43).

Al parecer, nuestros modos de pensar siempre están basados en contradicciones, desligándose totalmente de la lógica tradicionalmente elaborada por Hegel. Todo ello choca con lo diverso y lo complejo de la realidad. En ese sentido, todo análisis de los objetos que se suscita en la realidad debe partir de la contradicción en tanto y en cuanto la realidad es no-idéntica. La infidelidad no se puede entender únicamente como un hecho cerrado y definitivo, sino como un punto de tensión que evidencia lo que se escapa de los juicios morales. El sujeto siempre será más que su acto y esa tensión no debe ser aislada.

En resumen, el enfoque de la dialéctica negativa nos permite ir más allá de los discursos normativos que reducen al sujeto a su transgresión. Es necesario pensar que detrás de cada acto de infidelidad hay una historia singular, una tensión no resuelta, una subjetividad que no puede ser comprendida bajo fórmulas cerradas. Ciertamente, y sin duda alguna, existe un conflicto en la infidelidad. Sin embargo, este concepto no se le puede otorgar/fijar como identidad al sujeto. Por ello, es necesario hablar de la infidelidad y reflexionar filosóficamente sobre dicho fenómeno porque, como hemos visto más arriba, si buscamos una comprensión integral, no se le puede definir al sujeto según estándares rígidos y absolutos que abren un abismo infranqueable entre concepto y sujeto. Además, una definición parcial y unilateral podría conducir a una ideología.

2.3. Del sujeto al mundo: falsedad como forma de realidad

A lo largo del presente capítulo hemos constatado cómo la dialéctica negativa de Adorno posibilita críticamente pensar la subjetividad en el contexto del espectáculo. La noción de no-identidad nos permitió mostrar que tanto los objetos como los sujetos exceden las categorías identitarias tradicionales con las que se pretende comprenderlos, lo que evidencia el carácter siempre parcial y provisional de todo juicio. En efecto, la apariencia se convierte en una forma de falsedad. Esta falsedad no opera únicamente a nivel epistemológico, sino que se vincula con la producción simbólica de sentido en las

sociedades modernas. En consecuencia, el espectáculo no solo organiza el pseudomundo basado en imágenes, sino que también condiciona las formas en que los sujetos se comprenden a sí mismos, desean y se vinculan entre sí en la sociedad contemporánea.

Tanto el deseo como el impulso fueron presentados no como dimensiones exteriores al pensamiento, sino como registros fundamentales que permiten abordar la experiencia desde su complejidad. La lógica tradicional siempre ha clasificado y etiquetado lo abstracto y lo universal, dejando de lado lo singular, lo contradictorio, lo no-idéntico, es decir todo lo que se plantea en la dialéctica negativa de Adorno. En esa línea, esta tesis quiere contribuir a la crítica de los procesos de dominación simbólica — propios de la industria cultural y el espectáculo— que clausuran la posibilidad de pensar críticamente fenómenos complejos que resultan simplificados en el discurso mediático. Sobre la base de la teoría adorniana, entonces, se analizó el concepto de infiel. Dicho concepto es un ejemplo bastante elocuente de la lógica de clausura del discurso mediático y, aún, de las disciplinas académico-científicas auxiliares de la filosofía. En contraste con la noción de “fidelidad”, desde un sistema ético, el concepto de “infiel” aparece como una categoría, que, al interior del espectáculo, reduce los sujetos a una identidad moral cerrada, desconociendo sus contradicciones, tensiones y determinaciones históricas.

Con el recorrido previo hemos allanado el camino que nos conduce al tercer capítulo. A continuación, pues, exploraremos cómo la falsedad no es simplemente un error, sino una estructura constitutiva del espectáculo. A partir del diálogo entre Adorno y Debord, analizaremos un caso particular: el programa televisivo *Magaly TV, la firme* y un caso emblemático de infidelidad.

CAPÍTULO III: EL “AMPAY” Y LAS CONTRADICCIONES IRRESOLUBLES DEL CONCEPTO “INFIEL” EN LA SOCIEDAD PERUANA DEL ESPECTÁCULO

Los capítulos anteriores han explorado y buscado esclarecer los fundamentos críticos, teóricos y filosóficos que permiten comprender el espectáculo como una forma de estructuración simbólica del imaginario de la sociedad contemporánea globalizada en la que está inserta la sociedad peruana con sus particularidades específicas distintivas. En esa línea, en el primer capítulo explicamos y describimos el modo en que la industria cultural, desde la perspectiva de Horkheimer & Adorno (1998), configura un sistema de producción estética y comunicacional que moldea y modela la subjetividad a través de la anticipación de los deseos y la estandarización de las formas culturales.

Desde este punto de vista, la sociedad capitalista contemporánea está conformada por subjetividades enajenadas atravesadas por relaciones inequitativas y asimétricas de poder y dominación que se articulan a través de mecanismos productores de sentido. Profundizando la línea de reflexión descubierta por los autores alemanes, los estudios de Debord (2014) permitieron incorporar a la presente investigación el concepto de espectáculo, que se entiende como una cosmovisión autónoma porque sustituye la experiencia directa que los sujetos pueden tener de cualquier fenómeno social e impone, a través de la mediación, la apariencia y la parcialidad como verdad absoluta, cerrada y definitiva. Por su parte, el segundo capítulo exploró cómo la crítica en la dialéctica negativa adorniana posibilita pensar otras alternativas de intelección y comprensión. En buena cuenta, con Adorno (2022) comprendimos que lo no-idéntico, lo múltiple y lo contrario ayudan a comprender que los conceptos no siempre se ajustan a la realidad, puesto que, en la medida en que enuncian algunos aspectos de la realidad, al mismo tiempo ocultan otros aspectos de la misma realidad. En la escritura filosófica de Adorno: “Forma y contenido, forma y materia, son inseparables; captar lo que no aparece, *lo que no puede flotar a la superficie porque está reprimido o marginado*, pide un acercamiento a la realidad por vías distintas

a las formas de pensamiento que llevan a cabo esta violencia”, explica Boladeras (2015, pp. 45-46; énfasis añadidos). En esa línea, la teoría crítica saca a flote la idea de que, en la experiencia perceptiva, además, el sujeto cognoscente no realiza una intelección pura y meramente abstracta, sino que, porque está encarnado, está atravesado por impulsos libidinales, afectividades y deseos. Consecuentemente, pues, observamos que el sujeto no puede estar anclado a conceptos cerrados, como pensaron los filósofos occidentales cuando concibieron los sistemas tradicionales de pensamiento asentados en el principio de identidad entre el concepto y la realidad. Todo lo contrario: la apariencia, en ese sentido, no es solo una ilusión externa, sino que funciona como una forma de falsedad interna al pensamiento identitario.

Finalmente, en este capítulo se aplica las herramientas teóricas previamente explicadas a un caso específico: el fenómeno del “ampay” en la sociedad peruana del espectáculo. En ese sentido, mostraremos de qué manera el programa *Magaly TV, la firme* —como un ejemplo de la industria cultural— expone la infidelidad no solo con narrativas sobre amor y fidelidad, sino que con narrativas personalistas que imponen un concepto identitario. Como consecuencia, construye un discurso que clausura la complejidad del sujeto. Con el análisis del caso seleccionado, entonces, la investigación busca evidenciar cómo el espectáculo, en su lógica de visibilidad y consumo, transforma un conflicto íntimo, propia de la vida privada, en mercancía espectacular, reproduciendo una falsa verdad sobre los vínculos humanos. Así, en las siguientes páginas reflexionaremos sobre las tensiones irresolubles entre verdad, apariencia y subjetividad que atraviesan la presente tesis.

3.1. Aclaraciones sobre el caso: el “ampay” como fenómeno cultural y mediático

Para adentrarnos en el propósito del presente capítulo es importante caracterizar brevemente el programa televisivo seleccionado y justificar por qué es pertinente tomarlo como objeto de estudio y reflexión filosófico-crítica. Desde 1997, la periodista peruana Magaly Medina (1963) ha conducido un programa en señal abierta que, pasando por varios nombres y diversos canales de televisión, actualmente se emite con la nomenclatura *Magaly TV, la firme* a través de la señal de ATV (cf. Martens, 2024, pp. 40-49). Su selección y elección para este estudio no responde únicamente a la permanencia y la popularidad de la conductora en la televisión nacional, sino al contenido específico que configura la línea editorial del programa: la exposición mediática de relaciones amores, haciendo énfasis en actos de infidelidad. Estudios previos ayudan a poner de relieve la línea de continuidad

que sostiene el discurso del programa en sus diferentes versiones. De acuerdo con el punto de vista de Quezada (2005, p. 33):

Reiteradamente se da vueltas sobre un mismo lío causando una inevitable sensación de morbo. El programa [*Magaly TeVe*] va detrás de los famosos “ampays” cuyo objetivo es revelar infidelidades, la homosexualidad de alguien, nuevas relaciones de pareja empañándolas de un halo negativo o el “mal” comportamiento de ciertas chicas —calificándolas de “movidas”, “jugadoras” y hasta de “prostitutas”—. Difícilmente se reconoce el trabajo de alguien, menos aún se cree en cambios positivos o en buenas intenciones. Se producen reportajes y se hacen entrevistas a mujeres cuyas historias incluyen drogas, tragedias y escándalos [...]

Los estudios consultados para la elaboración de la presente tesis hacen constar que, durante más de dos décadas consecutivas, la edición continua del programa contribuyó a posicionar y estabilizar el término “ampay” como sinónimo de traición sentimental captada por cámaras ocultas.

En efecto, el término “ampay” no es solo una palabra coloquial, sino un término de uso mediático con implicancias éticas, culturales y afectivas. Como hemos expuesto en los capítulos precedentes, la noción de infidelidad, reconfigurada como “ampay”, se convierte en una mercancía simbólica recurrente dentro de la industria cultural peruana. Vale decir: el “ampay” no es simplemente un evento anecdótico ni un caso aislado. Su estructura de aparición —repetitiva, espectacular, emocionalmente intensa— responde a la lógica de producción y circulación propia de la industria cultural. En otras palabras: el “ampay” se presenta como una verdad revelada, aunque su veracidad esté siempre mediada por la imagen, el montaje y la narrativa televisiva. Entonces, ¿cuál es el problema? El fenómeno que se entiende con la noción “infidelidad”, se vuelve, en el espectáculo, una figura en constante movimiento, tensionada por contradicciones que el programa no resuelve, sino que, todo lo contrario, explota intensivamente. Es decir, el programa no muestra al “ampay” como una verdad objetiva. Si bien se revela un hecho real —la infidelidad—, su presentación al público es mediática y, por consiguiente, enmascara verdades: es una narrativa preconstruída que se repite constantemente porque es espectacularizada. Incluso, no se explora la complejidad del sujeto, sino más bien lo muestran como preestablecido y fijo en una nomenclatura, con intensidad circunstancial (más/menos), ciertamente, pero sin mayor complejidad: infiel. Esto contradice su

individualidad y se instrumentaliza su efectos en función del guion dirigido al espectáculo. El programa no busca resolver esas contradicciones, sino todo lo contrario: las explota porque las vuelve una mercancía.

El siguiente apartado es indispensable para los subsiguientes puntos porque se analizará a profundidad cómo el “ampay” opera como industria cultural y, cómo, desde esa posición, reproduce formas de alineación, estandarización y fetichización del deseo en los sujetos convertidos en televidentes. Consecuentemente, constataremos cómo el sujeto espectador, al consumir estos contenidos, no solo participa pasivamente de una narrativa, sino que también reconfigura su experiencia afectiva a partir de lo observado. El “ampay” no es solo un formato televisivo: revela y, a la vez, esconde contradicciones de un fenómeno culturalmente saturado —por todos los “ampays” televisados en la historia social reciente— como es la infidelidad.

3.1.1. El “ampay” como industria cultural y espectáculo

Para entender el fenómeno del “ampay”, es importante remontarnos a sus orígenes y analizar su transformación como forma de espectáculo mediático. Desde una perspectiva lingüística, para Martha Hildebrandt, el “ampay” se explica como “[un] sustantivo, también con función interjectiva, para referirse al ‘hallazgo de un jugador en el juego de ese nombre (variación del escondite)’ [...] El plural de ampay es ampays o ampáis y el verbo correspondiente es ampayar ‘sorprender infraganti’ [...]” (cf. El Comercio, 2011). Aunque no ofrece pruebas ni argumentos, Sánchez (2013) afirma el vocablo “ampay” es “[un] término de origen quechua que significa bostezar y es usado para referirse al hecho de encontrar a alguien *in fraganti*, con las manos en la masa, contra su voluntad y haciendo algo simbólicamente malo o cuestionable” (p. 92). Con más rigor filológico, Calvo (2022, p. 45) documenta el término quechua *anpay* con el significado de “escondite”, en referencia al juego infantil —jugar al escondite—, y con la transliteración al castellano en “ampáy”.¹⁰ En el marco de esta investigación, el término adquiere otro significado: designa el acto de infidelidad que, una vez registrado en video, es expuesto en señal abierta por el programa *Magaly TV, la firme*. La conductora de este programa, Magaly Medina, popularizó esta palabra a finales de los años noventa, añadiéndole una nueva carga semántico: no es solo “descubrir”, “encontrar”, sino que

¹⁰ En quechua, el verbo *tariy*, “encontrar”, da pie al vocablo *tarirpariy*, que se documenta como sinónimo de “ampayar”: la frase *payta tarirparinku huk warmita tusushaqta* se traduce como “lo han ampayado bailando con otra chica” (Calvo, 2022, p. 1083).

también es hacer público —mediante el espectáculo— un acto íntimo, moralmente cuestionable y, sin duda, también éticamente reprochable.

El punto de inflexión ocurrió el 18 de diciembre de 1997, cuando el programa mostró imágenes del actor Paul Martin en una situación festiva y desenfadada. Desde entonces, la categoría “ampay” ha designado la exposición mediática de comportamientos considerados “controversiales”, sobre todo relacionados con la vida amorosa y sexual de personajes públicos o famosos. Con el tiempo, el término ha evolucionado hasta casi convertirse en sinónimo de infidelidad. Según Infobae (2021), que cita a los productores del programa televisivo en mención, “ampay” designa “[...] las situaciones más embarazosas que captaban las cámaras de un equipo de investigación periodística, bautizado como «chacales» [...]”.¹¹ Así, el término “ampay” y sus nociones asociadas han penetrado no solo en el lenguaje televisivo, sino también en el imaginario colectivo y la cultura popular, convirtiéndose en un modo hegemónico de nombrar y representar la infidelidad.¹² Incluso, vemos que la vida privada se convierte en una mercancía visual y simbólica. Con el “ampay” se configura un fenómeno cultural que produce significados, genera valor comercial y alimenta la máquina del espectáculo.

Sin embargo, ¿por qué considerar al “ampay” como parte de la industria cultural? Porque responde a la lógica de producción estandarizada que tan bien describieron Horkheimer & Adorno (1998). Según los filósofos alemanes, la industria cultural promete revelar una verdad, pero, en su lugar, en realidad presenta una versión superficial, manipulada y espectacularizada de los hechos. La infidelidad convertida en “ampay” no se analiza en su complejidad relacional, sino que se reduce a un hecho escandaloso, pasible de juicio moral. Así, para apropiarnos de las palabras de Horkheimer & Adorno (1998), el “ampay”, de hecho, no hace otra cosa que defraudar “[...] continuamente a los espectadores de aquello que continuamente promete [...]” (p. 184), esto es: una comprensión real del fenómeno. En este punto es importante considerar que el “ampay” no solo es transmitido como forma de entretenimiento, sino que, si bien apela al espectáculo y al morbo, su repetición constante produce algo más profundo: un falso conocimiento que se naturaliza por el consumo masivo. Como es transmitido masivamente, se vuelve un saber compartido, aparentemente evidente,

¹¹ Con la palabra “chacal” se designa a los camarógrafos de este programa que se encuentra al acecho y con acceso para grabar dichas situaciones de infidelidad *infraganti*.

¹² Además, este término está estrechamente ligado al “chisme”. Para Huerta-Mercado (2022), sería un juicio sobre un tercero ausente la cual permite crear historias sobre este. Entonces, el “ampay” no solo se refiere al evento registrado, sino que construye una narrativa colectiva, con ayuda del chisme, sobre la infidelidad.

que permite a los sujetos hablar sobre infidelidad desde una visión estructurada por el programa. Así mismo, no es mero entretenimiento, sino una forma de conocimiento falso. En ese sentido, no se trata de un conocimiento reflexivo y/o crítico, sino de un saber simple, moralizante y espectacularizado que impide comprender el fenómeno en toda su complejidad afectiva, ética y subjetiva.

El mecanismo espectacularizante es clave para entender la función del “ampay” como contenido televisivo. No solo informa, sino que, además, configura un hábito de consumo basado en la curiosidad, el morbo y la reproducción de una “falsa verdad”. En palabras de Horkheimer & Adorno (1998), el espectáculo:

[...] se mueve con extraordinaria habilidad entre los escollos de la falsa noticia identificable y de la verdad manifiesta, repitiendo fielmente el fenómeno con cuyo espesor se impide el conocimiento y erigiendo como ideal el fenómeno en su continuidad omnipresente [...] (p. 192)

Es decir, el “ampay” se vuelve omnipresente en tanto se repite como forma y como contenido. Su repetición impide una comprensión crítica del fenómeno, sustituyéndola por una apariencia de verdad.

Ahora bien, en contra de los ideales originarios de la modernidad —autonomía, diversidad y reflexión—, lo que se observa en este fenómeno posmoderno es un proceso de estandarización y homogeneización. “No es verdad que en la Modernidad la historia haya superado los niveles inferiores y ahora los hombres puedan gozar de una mayor autonomía y diferenciación de los demás [...]”, sostiene Almanza (2020, p. 60). Todo lo contrario, la industria cultural tiende a igualar lo diverso, presentando fenómenos complejos como si fueran simples y repetitivos. Como el programa es transmitido en señal abierta, es consumido masivamente porque se ajusta a las fórmulas del espectáculo, así, estandariza tanto el contenido como las reacciones de los espectadores. Por ello, Almanza (2020) advierte que hoy en día, la identidad del sujeto se ve atacada por dos flancos: por un lado, debe adaptarse a modelos culturales que limitan su experiencia; por otro, sus relaciones afectivas son moldeadas por costumbres impuestas desde la industria cultural. La infidelidad, presentada como “ampay”, se convierte entonces en un fenómeno normalizado y moralizado a la vez. Los televidentes lo consumen como un “acto amoral”, sin espacio para matices y/o contradicciones. Para Adorno, esta situación, conduce al sujeto a su alienación: los sujetos vagamente aglomerados bajo la noción de teleaudiencia no solo están lejos de la experiencia, sino que también de su capacidad de comprenderla.

La industria cultural, en tanto forma de dominación, según Horkheimer & Adorno (1998), “[...] no se paga sólo con la alienación de los hombres respecto de los objetos dominados: con la reificación del espíritu fueron hechizadas las mismas relaciones entre los hombres, incluso las relaciones de cada individuo consigo mismo [...]” (p. 81). La infidelidad, transformada en “ampay”, se convierte en una mercancía más dentro del sistema mediático. Su repetición en los medios neutraliza cualquier intento de comprensión crítica. El espectador ya no observa una realidad compleja, sino una escena cerrada, moralizada, que se repite con ligeras variaciones.¹³

La industria cultural necesita de la creación de un nuevo lenguaje —términos y/o vocabularios— para la manipulación de los sujetos. “La necesidad permanente de nuevos efectos, que permanecen sin embargo ligados al viejo esquema, no hace más que aumentar, como regla adicional, la autoridad de lo tradicional, a la que cada efecto particular querría sustraerse [...]”, explican Horkheimer & Adorno (1998, p. 173). En el caso peruano, este programa televisivo tiene sus propios términos y, muy especialmente, es usado el denominado “ampay”. Este término para hacer referencia a la infidelidad. Se emplea este término con la finalidad de seguir discutiendo la infidelidad como un tema condenable y amoral. Si bien se puede esperar que el programa televisivo presente las infidelidades desde nuevas y diferentes perspectivas, siempre cae en el mismo embrollo. Para Horkheimer & Adorno (1998, p. 173), la consecuencia inmediata es que aparece un sello que está anticipado y condicionado para que se utilice la jerga —la palabra “ampay”— en este sistema. Sin embargo, este lenguaje va de la mano con imágenes particulares.

Otra técnica, por la cual el programa se mantiene, y a su vez alcanza altos puntos de rating está relacionado al placer y/o diversión. Este placer no puede generar ningún tipo de esfuerzo a quien lo observe; incluso, no puede generarse un pensamiento propio respecto a lo que observa; así, se impide todo acto intelectual (Horkheimer & Adorno, 1998, pp. 181-182). En el “ampay”, la técnica es el morbo: se estructura a partir del interés malsano de encontrar a una persona siendo infiel. Si el programa de Medina tiene alta expectativa es porque las imágenes que muestra son sorprendentes: mujeres y/o hombres

¹³ Es importante exponer un pequeño listado de los puntos más altos de rating del programa *Magaly TV, la firme* cuando se ha expuesto un “ampay”: Ampay de Christian Domínguez—18 puntos (Alza, 2024); Ampay de Jossmary Toledo y Paolo Hurtado—11.3 puntos (Morocho, 2023); Ampay de Charlene Castro, esposa de Luis, Cuto, Guadalupe—14.6 puntos (RPP, 2023). Es más, debemos tener en cuenta que el rating es el promedio de personas que mira un programa o canal durante un tiempo determinado lo cual expone el éxito de dicha emisión. Asimismo, “[...] el rating se calcula [con] relación a un público objetivo, ya sea el total de hogares, personas en un determinado nivel socioeconómico. Cada punto se mide y equivale a un 1% del target elegido, el cual supone una distinta cantidad de personas [...]”, explica Wapa (2022).

entrando y/o saliendo de hoteles.¹⁴ La industria cultural ofrece a sus televidentes la infidelidad y los priva de ella. Los priva porque es un acto amoral condenable. Esta es la idea estandarizada que se quiere reproducir, aunque en niveles particulares —de los sujetos— no necesariamente se ajusta siempre. Es decir, la infidelidad transmitida en la industria cultural se muestra como un todo falso y, a la vez, en la particularidad del sujeto, el concepto de infidelidad no calza en la realidad. La experiencia concreta de cada sujeto supera al concepto de infidelidad que la industria cultural reproduce.

Entonces, es importante cuestionarnos: ¿por qué el fenómeno del “ampay” mantiene la industria cultural en la sociedad del espectáculo? Russell (2021, p. 36) concuerda con Debord (2014, p. 82) en la idea de que el espectáculo falsifica la sociedad, donde los momentos individuales son auténticos ejemplos de una falsa totalidad. Según Russell (2021, p. 8), como totalidad de relaciones sociales, el espectáculo también se refleja en las experiencias individuales de los sujetos. Es más, Adorno (2013) razona que “[...] no se puede hablar ni de una preeminencia de las partes individuales como tampoco de una preeminencia lógica del todo [...]” (p. 203). Es decir, ni el todo ni las partes pueden comprenderse cabalmente sin comprender sus contradicciones y su dinámica. Sin embargo, las particularidades aprehendidas son cambiadas por una nueva generalidad porque el espectáculo está —como omnipresente— en todas partes (Debord, 2014, pp. 36-37). Por ello, según Debord (2014, p. 96), el espectáculo hace que a sus veedores les cueste más reconocer y nombrar su miseria. Coincidentemente todo esto último hace que el espectáculo forme parte de la industria cultural. La mercancía particular que se vende en este programa es la infidelidad y su técnica es su sustento. Para Horkheimer & Adorno (1998, p. 166):

[...] la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual.

Entonces, el éxito del “ampay” radica, además de todo lo anterior, en su capacidad para generar miedo y vigilancia. Huerta-Mercado (2022) explica que al sentir miedo al

¹⁴ En los siguientes hipervínculos, el lector podrá observar las diferentes situaciones en las que diferentes personas han cometido una infidelidad y el programa televisivo ha decidido mostrar imágenes comprometedoras: “[Las imágenes del «ampay» a la esposa de El «Cuto» Guadalupe mostraban a su pareja entrando a un hotel](#)” y “[Otro ampay fue al arquero de fútbol Pedro Gallese, quien fue «ampayado» saliendo de un hotel de la mano con una mujer que no era su esposa](#)”.

“[...] qué dirán, cuya moneda social es la culpa o [la] vergüenza que pagamos si somos atrapados haciendo lo indebido [...]” (p. 149). Así, el espectáculo del “ampay” no solo informa o entretiene: además produce subjetividades sometidas a la mirada ajena, disciplinadas por el juicio colectivo y atrapadas en una representación que no controlan.

Desde la perspectiva de Debord (2014), esto confirma que vivimos en “[un] mundo *realmente invertido* [donde] lo verdadero es un momento de lo falso [...]” (p. 37). El “ampay”, como revelación aparente de una verdad, encarna esta inversión: expone una infidelidad, pero no permite pensarla. Solo escandaliza, pero no se transforma. Según Mannheim (2015, p. xxv), una sociedad es posible mientras los individuos que la componen e integran sostienen en su mente una imagen de ella. En efecto, Mannheim (2015) argumenta: “A society is possible in the last analysis because individuals in it carry around in their heads some sort of picture of that society” (p. xxv, citado por Russell, 2021, p. 38). En el caso peruano, el “ampay” ya es parte de esa imagen. Se ha infiltrado en el lenguaje, afectos y expectativas sociales en torno al amor y la fidelidad.

Por todo ello, consecuentemente, al instaurarse en la industria cultural, el “ampay” reproduce y consolida un pseudomundo. Según Russell (2021, p. 40, pp. 128-136, p. 170 & p. 195), el espectáculo genera una falsedad de un mundo en cuya monstruosidad —lo malo— se ha convertido verdaderamente: no se trata solo de lo que se muestra, sino de cómo eso reconfigura nuestra manera de ver, de juzgar y de desear. Así, de ser un fenómeno ético-afectivo, la infidelidad es convertida en un formato mediático: repetible, rentable y espectacular. El efecto inmediato es que se pierde la posibilidad de comprender lo real en su complejidad.

3.1.2. El “ampay” como espectáculo de deseo y dispositivo de visibilidad

Con el punto anterior hemos podido entender cómo el ampay se ha construido como fenómeno mediático inscrito en la lógica de la industria cultural. Sin embargo, es importante, aún, ahondar en cómo tiene una doble función. Por un lado, es un dispositivo de producción de deseo, y, por otro, funciona como mecanismo de visibilidad y vigilancia. Estas dos consideraciones operan de manera simultánea en el espectáculo porque los sujetos desean lo visible y, a su vez, lo visible define lo deseable. Con ello —deseo y visibilidad— será posible comprender el lugar que ocupa el “ampay” en la estructura simbólica del espectáculo.

En primer lugar, es importante considerar que la industria cultural no solo organiza estéticamente la percepción del mundo, sino que también estandariza el deseo y moldea la experiencia mediante la repetición, la predictibilidad y el vaciamiento del estilo (Adorna & Horkheimer, 1998, p. 184). Esto calza con las características del “ampay”: lo

que parece novedad escandalosa no es más que una actualización de un esquema repetido. Cada caso de “ampay”, aparentemente único, es, en realidad, una variación de lo mismo. El deseo no surge espontáneamente, sino que es producido por el propio espectáculo. Las imágenes del programa no solo entretienen, sino que administran necesidades porque afectan la agencia del sujeto. En otras palabras, el deseo no es una energía espontánea del sujeto, sino una construcción: el espectáculo dice lo que el sujeto desea o cómo se desea.

En esa línea, el “ampay” no se satisface, sino que, además de administrar deseo, también lo organiza visualmente. Según Debord (2014, p. 45 & p. 35), el espectáculo funciona como una estructura simbólica que organiza las sociedades modernas. Como el espectáculo, *Magaly TV, la firme* determina qué puede ser visto, cómo debe ser mostrado y qué efectos debe conseguir hacia sus televidentes. El “ampay” se rige por el escándalo. La infidelidad es capturada precisamente en el instante de la traición: el programa televisivo la estetiza y, finalmente, la moraliza; entonces, no se informa una noticia cualquiera, sino que se forma y moldea subjetividades. El sujeto no se construye por sí mismo en la experiencia, sino en la visibilidad. El sujeto construido depende de lo que se muestra y lo que se muestra debe ajustarse a las formas más estandarizadas del espectáculo.

Como vimos en apartados anteriores, este programa televisivo no solo vende información o imágenes, sino, además, un favor afectivo estandarizado. Según Horkheimer & Adorno (1998), la industria cultural “[...] defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete [...]” (p. 184). Esto significa que el espectáculo, el deseo que se administra funciona como anhelo que nunca se satisface del todo, pero que tampoco se extingue, puesto que vuelve una y otra vez bajo novedosos estilos. En el caso del “ampay” funciona como anhelo por la exposición del otro. Es decir, se vuelve una vigilancia deseada, una moralidad escenificada que permite al espectador experimentar placer mediante la vergüenza ajena o la indignación. Por lo tanto, es una experiencia de consumo: “[...] placer preliminar no sublimado que, por el hábito de la privación, ha quedado desde hace tiempo deformado y reducido a placer masoquista [...]”, explican Horkheimer & Adorno (1998, p. 184). De esta manera, el espectáculo del “ampay” modela no solo el deseo individual, sino que es, también, una estructura afectiva colectiva.

Las imágenes que se consumen no solo cumplen la función de entretenimiento, sino que administran necesidades y afectan la agencia de los sujetos, los espectadores. El deseo se gestiona desde el espectáculo y no desde la libertad estética o ética. Se desea desde la lógica consumista que impera en el espectáculo y que está previamente programada. Así,

el deseo no es una pulsión espontánea, propia del sujeto, sino una construcción heterónoma que induce lo que se piensa, lo que se debe desear, cómo desear y con qué intensidad desearlo. Todo ello está predeterminado por el sistema espectacular. Ahora bien, el “ampay” no solo administra el deseo, sino que también lo organiza visualmente (cf. Debord, 2014, pp. 37-9). Al igual que el deseo, el espectáculo determina qué debe ser visto, cómo debe ser mostrado y qué efectos debe producir. Esto último se debe a la lógica del escándalo: siempre se capta el “ampay” —la infidelidad—, el momento exacto de la traición, lo estetiza y se moraliza. No se informa el hecho únicamente, sino que se tiende a formar subjetividades. Por todo ello, el yo del sujeto no se construye por su propia experiencia, sino que depende de lo que se muestra y esto último debe ajustarse a las formas reconocibles que el espectáculo quiere y requiere. Este orden de visibilidad injiere directamente a la forma en que los sujetos se relacionan consigo mismos y con sus pares. En este espectáculo, creado por el programa, el sujeto queda atrapado entre la imagen que lo representa y la distancia que lo separa de sí mismo. Es decir, la visibilidad no solo muestra, sino que también encierra. De igual modo, el deseo por aparecer se vuelve un mecanismo de sometimiento. En el caso del “ampay”, el sujeto “ampayado” —el infiel— queda fijado a una imagen: se vuelve en “*el infiel*” y no en un sujeto complejo. El espectáculo representa a un sujeto simplificado, repetible y vendible.

Con todo ello, podemos comprender que existe una dimensión disciplinaria de este dispositivo que no puede apartarse del análisis. Huerta-Mercado (2022) mencionaba que el espectáculo del “ampay” también funciona como un sistema de vigilancia afectiva: “[...] tenemos miedo al qué dirán cuya moneda social es la culpa o vergüenza que pagamos si somos atrapados haciendo lo indebido [...]” (p. 149). Queda claro que el “ampay”, en tanto dispositivo de visibilidad, sanciona al infiel, sino que previene futuros actos infieles mediante la intimidación y el miedo a la exposición masiva. El deseo y la vigilancia no se oponen, sino que trabajan conjuntamente. El espectáculo, reflejado en este programa, funciona como una administración simbólica de los afectos, una estructura de deseo y visibilidad que modela la subjetividad contemporánea del sujeto. El programa estructura la sociedad desde las entrañas del sujeto, configurando lo que desea, lo que teme y lo que juzga.

Si bien es cierto que a continuación analizaremos la infidelidad con la dialéctica negativa, es importante que tengamos presentes otras lecturas posmodernas respecto a las

relaciones amorosas actuales para, en el contraste, poner de relieve las particularidades propias de la interpretación permite gestar la teoría crítica.¹⁵

3.2. La infidelidad como concepto en tensión: contradicciones desde la dialéctica negativa

En los dos capítulos anteriores, se ha planteado que tanto la estructura del amor como su devenir moderno se encuentran asechados por una lógica de absolutización identitaria. El segundo capítulo abordó la infidelidad desde una perspectiva filosófica que permite comprenderla como una forma concreta de eticidad. A partir de la lectura tradicional hegeliana, se desarrolló cómo el amor, al interior de la familia, es una unidad ética que implica una renuncia a la particularidad individual en favor de una totalidad afectiva mayor en tanto que se aspira a un fundamento sólido de vida en común. Sin embargo, en ese mismo capítulo, esa misma unidad ética se ve desbordada por las tensiones propias del sujeto moderno. La dialéctica negativa de Adorno permite continuar el recorrido crítico al mostrar que los conceptos, como el de infidelidad, no logran aprehender del todo la complejidad de lo real. De esta manera, ambos marcos teóricos permiten cuestionarnos si el concepto de infidelidad cuando es utilizado por la industria del espectáculo es una categoría cerrada, moralizante y aparentemente evidente.

De esta manera, en este apartado se propone explorar las contradicciones que emergen del uso espectacularizado del concepto infidelidad, observando cómo este opera como un significado en tensión, incapaz de integrar las múltiples dimensiones afectivas, éticas y sociales que atraviesan las relaciones humanas. Así, abordaremos este fenómeno desde una doble perspectiva dialéctica. El primero (3.3.1) se enfocará en recuperar la noción hegeliana de unidad ética para pensar la fidelidad como forma de realización de espíritu en

¹⁵ El “ampay” se puede interpretar también desde el amor líquido (Bauman, 20118), categoría que, desde la posmodernidad —o la modernidad líquida— se refiere a la naturaleza efímera y fugaz de las relaciones amorosas en la sociedad contemporánea. Según Bauman (2018), hoy en día las personas asocian la palabra amor “[...] a más de una experiencia que han vivido, o que no pondrían la mano al fuego por que el amor que están sintiendo en estos momentos vaya a ser el último [...] están aumentando con rapidez [...]” (p. 21). De acuerdo con ello, la palabra “amor” enuncia una gran diversidad de significantes. Con el derrumbamiento y la caída de los metarrelatos que estructuran el mundo moderno (Lyotard, 1987), también se han derrumbado y desmoronado los metarrelatos sobre el amor. Bauman (2018) considera que la concepción de amor romántico —aquel que duraría hasta que la muerte nos separe— desaparece en la medida en que se renuevan “[...] las estructuras de parentesco a las que servía y de las que extraía su vigor y su importancia [...]” (p. 22), de modo que hoy en día el acto de amar se ha vuelto un consumo de una sola noche de placer sexual. En ese sentido, Bauman comprende que el amor líquido de la posmodernidad se caracteriza por los compromisos frágiles y poco duraderos que configuran los lazos “impuros”. Desde esta perspectiva, la persona que incurre en infidelidad fragmenta cuestiones éticas relacionadas con el amor conyugal-familiar, porque no puede comprenderse a sí mismo a través de su relación con el otro, y, además, también ha dejado atrás la narrativa del amor duradero y eterno más allá de la muerte, propio de la modernidad, para pasar a la práctica del amor líquido característico de la posmodernidad, caracterizado por el mero consumo y el placer.

la relación amorosa, y cómo su ruptura —la infidelidad— no puede reducirse a una mera falta moral, sino que se debe entenderse como fractura de esa totalidad. El segundo (3.3.2) concentrará la mirada adorniana para señalar que la figura del “infiel” no puede ser contenida por un concepto fijo. Desde esta perspectiva, el sujeto infiel deviene figura de no-identidad. Lo que, en efecto, acontece: atrapado en contradicciones irresueltas que revelan tanto sufrimiento como imposibilidad de construirse en una nueva identidad.

Para desarrollar ambos puntos, exploraremos el caso de Christian Domínguez. Se observará cómo el espectáculo del “ampay” impide resolver esas contradicciones en tanto que se reduce la experiencia afectiva a un guion repetitivo, incapaz de generar comprensión. Con ello, se buscará argumentar que el concepto de infidelidad, en su forma espectacularizada, no solo oculta la complejidad del fenómeno, sino que también refuerza la alienación del sujeto, impidiendo elaborar nuevas formas de verdad subjetiva.

3.2.1. La infidelidad como ruptura de la unidad ética: una lectura desde Hegel

Como hemos explicado en el segundo capítulo (2.5.1.), para Hegel la eticidad es el momento en que lo subjetivo y lo moral encuentran su verdad concreta en una totalidad que trasciende y opera: “[...] lo ético es solamente lo verdadero y como tal es lo necesario, lo primero; y a pensar en este suelo se ha de desarrollar lo abstracto y lo subjetivo [...]”, afirma Hegel (2022, p. 133). La fidelidad, en ese sentido, no es una simple disposición subjetiva, ni un sentimiento individual, sino que es una manifestación de eticidad en tanto y en cuanto que el espíritu se hace efectivo al interior de la institución sociopolítica como es la familia.¹⁶ Así, Hegel defendería que la familia, constituida por el matrimonio, es la figura ética y que su forma más auténtica se sustenta en el amor: unidad basada en dos personas.

La unidad sustancial no se da como algo abstracto, sino que supone una transformación del individuo. Según Hegel (2022, p. 133), en la familia los individuos renuncian a la particularidad porque cada sujeto renuncia a su personalidad y tiene su personalidad ahora solamente en esa nueva identidad de a dos.¹⁷ Por lo tanto, la familia es

¹⁶ Los estudios histórico-antropológicos sobre la familia en la perspectiva crítica de la modernidad se asientan en los esfuerzos de Engels (1972 [1884]).

¹⁷ Para resaltar el aporte original de la dialéctica tradicional de Hegel respecto a la infidelidad conviene un oportuno contraste con emblemáticas lecturas actuales bastante difundidas en la crítica contemporánea y provenientes de la tradición intelectual francesa. En efecto, autores como Badiou & Truong (2012) sostienen que, actualmente, la práctica del amor está bajo amenaza del consumo y que, empero, el amor resiste en base a la reinención de la vida porque es duradero y constante. Más arriba hemos dicho que el sujeto infiel practica el amor desde su unidad (uno) y que su realización se basa en la satisfacción sexual momentánea. En contraste, los autores francese indican que el amor, en la práctica de las personas fieles, se revela desde la escena de dos. Esto se debe a que en el amor hay una diferencia, un dos, y, a su vez, este dos se prepara para experimentar el mundo de una manera nueva, aleatoria y contingente: el encuentro de

espíritu, es nueva identidad (cf. Hegel, 2017a [1830], p. 691). Por lo tanto, la fidelidad es una unidad ética. Se debe entender que los fines del otro son también de uno. La subjetividad se vuelve concreta a través del reconocimiento mutuo. Por ello, la confianza, como plantea Hegel (2022), es una parte más precisa del amor. Así, cuando aparece la infidelidad no se debe constituir solo como una falta moral, sino que es la ruptura de la unidad ética, de la familia —como figura de la eticidad—. La dialéctica tradicional se pregunta, entonces, ¿cómo se conjugan la relación entre ambos sexos en cuanto que existe una formación del espíritu y relaciones interpersonales como parte del componente ético al interior de la familia? Hegel (2017a [1830], p. 691) sostendría:

El momento de la oposición real del individuo ante sí mismo de tal modo que él se busca y encuentra en otro individuo: la relación de los sexos; una distinción natural de la subjetividad, por una parte, la cual permanece acorde consigo misma siendo sensible a la eticidad, amor, etc., [...] La relación de los sexos alcanza en la familia su significación y determinación espiritual y ética [...]

De acuerdo con este pasaje, Hegel implica una dinámica de reconocimiento entre los sujetos que conforman la pareja que se configura en la dialéctica del encuentro y la oposición: los individuos que conforman la pareja se encuentran uno junto a otro, pero el hecho de ser ahora dos no anula ni suprime la individualidad, sino que cada uno sigue siendo uno —no se enajenan, porque el enajenarse el uno en el otro suprime la realización del reconocimiento mutuo y recíproco—, sino que en la oposición conforman la diada que los subsume y los integra: cada uno es una totalidad, ciertamente, pero entre los dos conforman una nueva totalidad en la que cada uno es en sí mismo y para el otro, en la relación con el otro. En esa línea, Honneth (1997, pp. 241-250) destaca que, para Hegel, la familia es un componente de suma importante en la conformación del individuo, de la sociedad civil, de las instituciones político-sociales y, en suma, de la realidad social.

Ahora bien, siguiendo a Hegel (2022, p. 133 & 2017a [1830], p. 691), la figura del sujeto infiel representa la negación a la renuncia sustancial de la particularidad. Es decir, es el retorno a la inmediatez del sujeto que actúa guiado por sus impulsos o intereses

dos. En efecto: “El encuentro de dos diferencias es un acontecimiento, algo contingente, sorprendente [...]”, explican Badiou & Truong (2012, pp. 34-35). Así, el sujeto fiel no se limita al encuentro y las relaciones que se construyen, sino que construye una vida y no desde el uno, como la persona infiel, sino desde la escena de dos. Es decir, se construye una nueva identidad con el otro. La sugestiva argumentación de Badiou & Truong ofrece una línea de reflexión filosófica prometedora, con orientaciones sociológicas y psicológicas —especialmente en el psicoanálisis lacaniano—, y será desarrollada con mayor amplitud y profundidad en otro contexto.

particulares. En otras palabras, se rompe la estructura que lo une a la totalidad, al sistema de eticidad. La infidelidad no es únicamente un problema asociado a la traición afectivo-interpersonal, sino que es, además, una disolución del vínculo ético que, sobre la base de la confianza, sostiene a la familia como realidad del espíritu. De acuerdo con Hegel (2022), el momento de la oposición real del individuo ante sí mismo es cuando se busca y se encuentra frente a otro individuo, deviniendo en familia. En la infidelidad, el sujeto busca, fuera de ese vínculo, el reconocimiento en plenitud que no encuentra —o no sabe cómo encontrar— al interior de la unidad ética matrimonial. Por consiguiente, se desplaza el fundamento del matrimonio hacia lo inmediato y lo impulsivo.

Con respecto al caso de Christian Domínguez,¹⁸ la ruptura de la unidad ética puede observarse con claridad. En el programa televisivo, la exposición de sus actos —registrados por cámaras ocultas, entrevistas y seguimientos— nos permite no solo visibilizar la repetición del patrón, sino también mostrar cómo el comportamiento ha erosionado de forma sostenida los vínculos de confianza y reconocimiento dentro de sus relaciones sentimentales. De esta manera, la reiteración del “ampay” no solo debe considerarse como un error aislado, sino como una forma concreta de disolución del vínculo ético-familiar al que, supuestamente, estaba vinculado y comprometido.

Desde la lógica hegeliana, podría decirse que el caso ejemplifica al sujeto, que muy distante de renunciar a la particularidad para devenir en espíritu en unión con su pareja, permanece guiado por un principio de satisfacción inmediata que privilegia el deseo sobre el reconocimiento (cf. Honneth, 1997, p. 244). Es decir, el reconocimiento es importante porque relleva la dimensión ética-relacional inherente a los sujetos. El desenvolvimiento y el desarrollo del sujeto no se da en el aislamiento, sino en la relación con los otros. Esta tendencia hacia la alteridad intersubjetivizante persiste incluso cuando el sujeto infiel privilegia el deseo momentáneo sobre el reconocimiento y se avoca a la satisfacción inmediata del deseo egoísta e instrumentalizador, sin considerar a su pareja, por más que esta guarde respeto y mantenga vigentes sus compromisos ético-afectivos.

Así mismo, esto se explica por qué sus actos, desde el espectáculo, son percibidos públicamente como una reiteración: como una “infidelidad serial” (América Televisión, 2024). El caso no visibiliza la superación ética del conflicto, sino que repite constantemente su negación. A pesar de que, en diversas entrevistas, el sujeto en cuestión

¹⁸ El caso en cuestión no es el único. Todo lo contrario, el sujeto en cuestión ha sido captado, en más de una oportunidad, por las cámaras de *Magaly TV, la firme*.

ha verbalizado arrepentimiento —como en la entrevista en donde sostuvo: “[...] sí, definitivamente, debo tener un rollo estúpido [...] por ese motivo ya estoy tomando ayuda psicológica porque tengo que encontrar ese error [...]” (América, Televisión, 2024)— lo que verdaderamente pone a la luz es la incapacidad para asumir la negatividad como momento de la superación.

La reflexión que venimos desarrollando pone en claro que la dialéctica tradicional concibe la negatividad como un momento necesario en el proceso del desarrollo y de la transformación madurativa de la subjetividad. En esa línea, en el prólogo de la *Fenomenología del espíritu*, Hegel (2017b [1807]) sostiene que, en el movimiento del ser, “[...] la negatividad es la diferenciación y el poner la existencia [*Dasein*]; en este recogerse dentro de sí, es el devenir de la simplicidad determinada [*bestimmte Einfachkeit*] [...]” (p. 31).¹⁹ De acuerdo con esta aseveración, la negatividad expresa que el concepto del ser —de lo que ya existe— puede ser captado en el movimiento que despliega, en el cambio y la transformación que se dirige, en el pensamiento, a lo absoluto, para devenir, precisamente, concepto de lo realmente efectivo: una nueva verdad sobre la realidad pasible de ser captada por el entendimiento. Dicho de otro modo, la dialéctica tradicional no solo es la reflexión descriptiva del movimiento del ser en su puro devenir, sino que también es el método a través del cual el pensamiento filosófico-crítico obtiene la verdad tanto de lo real como del sujeto (Hegel, 2017b [1807], p. 31). El ideal de la filosofía moderna que busca el conocimiento de lo objetivo y lo subjetivo es el sujeto trascendental que se piensa a sí mismo en el acto de pensar y racionalizar la realidad. Desde la perspectiva de la teoría crítica observamos que, para Hegel, pues, *el todo* significa “[...] en realidad [...] simplemente que la verdad no consiste en definir un concepto cualquiera en su aislamiento y en ese aislamiento tratarlo como si fuera un mero sector, sino verlo en su relación con la totalidad en la que está [...]”, como explica Adorno (2013, pp. 68-69). Siguiendo las orientaciones de la teoría crítica que hasta ahora hemos expuesto, a continuación, pues, observaremos el “ampay” como una totalidad, es decir que exploraremos el “ampay” no solo como un discurso que configura una experiencia perceptiva superficial de la infidelidad, discurso en búsqueda de su verdad —su todo

¹⁹ El movimiento del ser lo entendemos como el proceso dialéctico. La realidad —el ser— no es estática ni fija, sino que está constantemente desplegándose, se instancia en la diversidad de los objetos, se transforma y se reconcilia consigo misma. Por el corte abstracto de esta concepción del ser, que al mismo tiempo abre camino para el materialismo, la crítica especializada acusa a Hegel de remolcar los remanentes de la metafísica clásica obsoleta y desfasada (cf. Pinkard, 1994, p. 221, citado por Cruz-Guerrero, 2020, p. 17 & p. 20).

mediatizado—, sino que también exploraremos el contexto en el que dicho discurso mediático surge y se desenvuelve.

En resumen, y para cerrar este apartado, si para Hegel el conflicto ético debe conducir a la superación (*Aufhebung*) de los puntos de vista unilaterales, en el caso del sujeto infiel como figura mediática, del espectáculo, la superación queda bloqueada. En el “ampay”, puesto que el arrepentimiento es parte de la narrativa, también, por consiguiente, el arrepentimiento se industrializa, se mediatiza, se convierte en mercancía del espectáculo. Con ello se impide que el sujeto realmente se reconcilie consigo mismo y con la totalidad ética que ha fracturado. Consecuentemente, la categoría “fidelidad”, como verdad de familia, queda trastocada en el espectáculo como un valor idealizado, pero constantemente traicionado, sin posibilidad de reconstrucción. El caso de Domínguez revela el modo en que la infidelidad se constituye como ruptura estructural de la unidad ética, donde el sujeto ya no puede articular una verdad de sí mismo a partir del otro. Por ende, el amor no logra sostenerse como fundamento de una totalidad espiritual. Entonces, ¿qué ocurre con la noción de “infidelidad”? Con la infidelidad, pues, el amor no solo resulta afectado por las contradicciones pragmático-discursivas, sino también por prácticas concretas que ilustran la imposibilidad de realización ética de los individuos mediatizados. Ambas circunstancias resultan del hecho de que la sociedad está saturada de imágenes, impulsos y consumo morboso de relatos pseudoafectivos: la infidelidad puede ser real, pero la performance televisada adopta la forma de un guion de telenovela. En el siguiente subapartado, esta imposibilidad se acentúa al analizar la figura del sujeto infiel desde la lógica de la no-identidad y la dialéctica negativa.

3.2.2. El sujeto infiel como figura de no-identidad: sufrimiento, alineación y contradicción

Luego de haber contrastado la infidelidad con el modelo de la unidad ética desde la perspectiva tradicional de Hegel, corresponde —ahora— pensar al sujeto infiel desde una perspectiva distinta: desde la no-identidad desde la óptica adorniana. Con la mirada de Adorno queda claro que la infidelidad deja de ser una simple falta moral o un error como suele ser presentada mediáticamente desde el espectáculo para que en verdad se muestre como un fenómeno atravesado por tensiones estructurales que escapan a la mera voluntad individual. Según Adorno (2022), el pensamiento identitario sería aquel que pretende forzar a los objetos —como también a los sujetos— a encajar en un concepto fijo, negando así la no-identidad que les es constitutiva. Así, el sujeto infiel, mediatizado

y reproducido por el espectáculo, no escapa a esta lógica: se etiqueta, se le juzga, se le expone, pero rara vez se reconoce la contradicción que está en él, atravesándolo.

El caso de Christian Domínguez, que muchas veces ha sido “ampayado”,²⁰ por el programa de *Magaly TV, la firme*, ejemplifica dicho cuestionamiento. Lejos de ser reducido a la etiqueta de “infidel serial”, el sujeto aparece como escindido, atrapado entre la búsqueda afectiva, el placer inmediato, la exposición pública como también a una demanda de coherencia moral. De manera explícita, su testimonio²¹ revela esta tensión: “[...] yo no sabría decirte sí soy un infiel serial o no porque no he identificado lo que tengo [...]” (América Televisión, 2024, 1:42-1:49). Esta frase, en ese sentido, revela algo muy importante: no es solo una confesión; es una imposibilidad de nombrarse a sí mismo con claridad, una fractura interna que se proyecta al televidente como espectáculo.

Así mismo, recordemos lo planteado en el segundo capítulo cuando dijimos que Adorno (2020) sostiene que “[...] el concepto, pues, en esa medida siempre queda rezagado frente a aquello que subsume. Cada B del que se dice que es A es siempre a la vez otro y es siempre más que A [...]” (p. 42). Esto quiere decir que el concepto de infiel no agota la experiencia concreta del sujeto en cuestión; Domínguez, con sus actos contradicciones, supera el juicio del concepto infiel que se intenta fijar. Tomando las palabras del entrevistado, podemos dar cuenta, nuevamente, en su arrepentimiento cuando menciona que tiene un problema y evoca a su sinceridad. Es decir, a un arrepentimiento auténtico de su infidelidad (A). Sin embargo, la contradicción no necesariamente se concentraría en sus palabras sino más bien en el espacio en el que se encuentra. El concepto de infidelidad (A) está sujeto B y estará más que A. Para nuestro caso, B sería la industria y sus implicancias. Las declaraciones del entrevistado pueden haber sido auténticas e íntimas; sin embargo, esto se rompería en la medida que se encuentra en un espacio del espectáculo mediado y estructurado por la lógica de la

²⁰ El caso se vuelve particular porque el reciente “ampay”, de inicios de 2024, no ha sido el único. La primera vez que es captado, por las cámaras de dicho programa, fue en el 2010. Aquel año, Domínguez le fue infiel a su pareja Melanie Martínez (madre de su hija) con otra chica con la cual compartía escenario en un concurso de baile transmitido por un canal de televisión abierta (Farroñay, 2024). Años más tarde, en 2016, volvió a cometer actos de infidelidad con otra artista, la bailarina Isabel Acevedo. En esta ocasión, Domínguez mantuvo una relación de tres años con “Chabelita”, sobrenombre que se le puso a Acevedo, a quien en el 2019 le es infiel con Pamela Franco, persona con la que también compartía labores en un programa de televisión denominado *Se pone bueno* (Farroñay, 2024). Más recientemente, a comienzos de 2024, las cámaras captaron a Domínguez siéndole infiel a Pamela Franco con Mary Moncada.

²¹ Una vez transmitido el “ampay” en el programa de *Magaly TV, la firme*, Christian Domínguez, en aquel momento conductor de otro programa televisivo, declaró sobre su conducta. Estas declaraciones, si bien no fueron expuestas en la casa televisiva del programa *Magaly TV, la firme*, son importantes para la investigación porque permiten entender las contradicciones que están sujetas a la noción de infidelidad.

industria cultural. En otras palabras, estaríamos encontrando un arrepentimiento industrializado: un arrepentimiento que es cambiante ante el concepto A (infidelidad) y su objeto, las relaciones amorosas. Para reforzar esta idea es oportuno traer a colación un extracto seleccionado para el análisis, que hace hincapié en su arrepentimiento: “Recién soy consciente que tengo una terapia que daré y seguramente me diagnosticará lo que soy. [...] No es que el psicólogo me va a curar [...]”, declara Domínguez para el canal América Televisión (2024, 2:09-2:17). Si bien encontramos una reflexión individual, detrás ello, como hemos visto, estaría recurriendo a una contradicción propia de la industria cultural.

Así mismo, a su relato que oscila entre el arrepentimiento, la racionalización y la resignación, agregamos el siguiente testimonio: “Sí, definitivamente, debo tener un rollo estúpido, un rollo tonto, que me hace hacer algo en dos o tres minutos o decidir cosas que después no importa si me arrepiento o no, sino que ya las decidí”, explica Domínguez (América Televisión, 2024, 5:08-5:34). Estas palabras dan cuenta de una escisión entre el deseo, la acción y el juicio moral, marcada por la imposibilidad de comprenderse a sí mismo fuera de la repetición. Como bien lo explicamos anteriormente, Adorno (2022) sostiene que la modernidad subjetiva está atravesada por fuerzas históricas y estructurales que se controlan. De esta manera, el acto de (re)conocimiento —como posibilidad de que el sujeto se reconozca— también está condicionado, más aún en un sistema donde impera la industria cultural y el espectáculo. Esta condición, en el caso del sujeto infiel, se manifiesta como sufrimiento. Esta última emoción, para Adorno, es el índice de la verdad: revela todo aquello que no es para el concepto, lo que no puede ser reconciliado ni subsumido sin residuo: en breve,

If the spectacle inverts reality, it does so by inverting the inversion, that is, by falsely reproducing an already falsified concrete reality as false. As such, that which appears as true can only ever be a moment of the false. Truth becomes the experience of the lie. (Russell, 2021, p. 47)²²

En sí, el sufrimiento del sujeto infiel no proviene únicamente del juicio que está presente en la sociedad o la culpa individual, sino de la imposibilidad de habitar

²² “Si el espectáculo invierte la realidad, lo hace invirtiendo la inversión, es decir, reproduciendo falsamente como falsa una realidad concreta ya falsificada. Como tal, lo que aparece como verdadero sólo puede ser un momento de lo falso. La verdad se convierte en la experiencia de la mentira” (mi traducción).

plenamente ninguna de las identidades que el espectáculo impone: ni el arrepentimiento ejemplar, ni el trasgresor auténtico.

Con todo ello, vemos que la exposición mediática de la infidelidad —el “ampay”— refuerza ese desajuste y todo es provocado por la industria cultural y el espectáculo. Lo que se muestra como una verdad —la traición— en realidad es una verdad falsa. Se convierte en una representación aparente que impide comprender las contradicciones en los sujetos implicados. Según Horkheimer & Adorno (1998), “[...] no se paga sólo con la alienación de los hombres respecto de los objetos dominados: con la reificación del espíritu fueron hechizadas las mismas relaciones entre los hombres, incluso las relaciones de cada individuo consigo mismo [...]” (p. 81). El ejemplo que hemos puesto en análisis lo confirma. Christian Domínguez tiene un discurso de arrepentimiento que aparece mediado por un lenguaje estandarizado, por un guion repetitivo, por un formato que mercantiliza incluso la culpa: “[...] yo ya estoy tomando ayuda psicológica porque tengo que encontrar ese error [...]”, manifiesta Domínguez (América Televisión, 2024, 5:08-5:34). No obstante, el error que se presenta no puede ser reducido a una causa interna o un trauma individual. Todo lo contrario, ya está preelaborado por la industria cultural y espectáculo porque estos dos estamentos moldean los afectos, las decisiones y hasta las formas de pedir perdón, como vemos.

La contradicción del sujeto infiel es una figura atravesada por la contradicción entre lo que se espera de él como también de lo que puede ser. En su testimonio final, Domínguez afirma: “Yo debo identificar qué rollo tengo. Qué cosa tengo yo para cometer este error siempre” (América Televisión, 2024, 7:50-8:24). No es un error personal, como él dice. Es el espectáculo que necesita de esos errores repetitivos, que los sujetos fallen, que esas imágenes se reproduzcan. Por ello, no es casual que el término “ampay” se haya convertido en un sello reconocible por muchos. El espectáculo necesita de la traición porque, con ello, se falsifica la sociedad donde los momentos individuales, que aparentan ser auténticos, son una falsa totalidad (Debord, 2014, p. 82 & Russell, 2021, p. 36). El testimonio extraído nos revela, asumiendo el punto de vista de Adorno (2020, pp. 42-43), que la contradicción aparece cuando se intenta imponer una identidad sobre algo que, en realidad, es no-idéntico. Una primera contradicción que podemos encontrar es que Domínguez se considera como un sujeto irracional que actúa de manera tonta. Si bien el testimonio da cuenta que la decisión es propia, esto no sería del todo correcto. No olvidemos pues, que, al estar insertos en una sociedad moderna, también nos obliga a pensar que detrás de ella se encuentran las industrias

culturales. Estas industrias culturales nos harían mercantilizar todo aquello que deseamos (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 180 & p. 184). Es decir, la infidelidad es un consumo que está moldeado por estructuras simbólicas impuestas por la industria cultural del espectáculo. Otra contradicción presente en este testimonio estaría concentrada entre su responsabilidad (el arrepentimiento) y su resignación. El arrepentimiento conduciría al sujeto a tomar el camino dialéctico tradicional pues haría que reflexione sobre lo acontecido y evite repetir la misma conducta éticamente reprochable en otra oportunidad. Es decir, no volver a cometer ese amor de uno. Sin embargo, esa responsabilidad afectiva se esfuma en la medida en que su justificación es bastante superficial al decir que su infidelidad es por un “rollo”. Nuevamente, encontramos un sujeto alienado que carece de reflexión.

Finalmente, el sujeto infiel no logra coincidir consigo mismo. Su construcción da cuenta de la contradicción profunda que encierra el concepto de infidelidad cuando es apropiado por el espectáculo. No solo es un fenómeno ético definido, sino que la infidelidad se convierte en una categoría saturada, moralizante, cambiante, condicionada por la imagen y por la demanda del mercado simbólico que la industria cultural propuso. Retomando lo planteado por Almanza (2020), nos queda claro que Domínguez estaría encaminándose a entender todas las otras características/consideraciones que podría tener el objeto. El objeto en este caso sería la relación amorosa que mantuvo hasta ese momento con su pareja. Sin embargo, el concepto de infidelidad no puede captarlo todo. ¿Por qué? Si bien la infidelidad rompe la fidelidad, esta puede estar condicionada por deseos/anhelos que perpetúan al objeto. Es decir, hay otros factores, lejanos a lo individual, que pueden conducir a una persona a cometer una infidelidad. Como vimos anteriormente y con este ejemplo que clarifica aún más, el concepto de infidelidad no puede comprenderse en toda la complejidad de lo vivido. Siempre habrá un residuo, algo no dicho, algo que no se nombra. En todo esto que no es, lo irreductible a la identidad aparece como las entrañas más humanas del sujeto.

3.3. El sujeto infiel como figura de no-identidad: falsedad, espectáculo y sufrimiento

Este último apartado tiene por objetivo profundizar en las consecuencias que la espectacularización de la infidelidad genera en la subjetividad de los sujetos. Si bien ya se ha constatado que el “ampay” —como forma mediática del acto infiel— se presenta como una mercancía cultural producida por la industria del espectáculo,²³ en este apartado

²³ Nótese la particularidad del programa en exponer imágenes que compromete a los sujetos en situaciones embarazosas, propias de la infidelidad: [Ampay a Christian Domínguez](#), [Ampay a Aldo Miyashiro](#) o [Ampay a Charlene Castro](#). Si bien no se ha analizado las características en cómo se presentan

añadiremos cómo dicha mercancía configura figuras subjetivas alienadas, incapaces de comprender su experiencia amorosa de forma autónoma. El caso Domínguez —que ha sido “ampayado” muchas veces por la televisión peruana— será clave para constatar cómo el espectáculo impone una falsa verdad sobre el sujeto imposibilitando la reflexión y la crítica. Con la dialéctica negativa de Adorno, se analizará cómo el concepto de infidelidad no logra abarcar la experiencia real, dando lugar a contradicciones irresolubles y sufrimiento. Por lo tanto, el infiel se expone como una figura de no-identidad que está atrapada en un movimiento que niega toda posibilidad de verdad y transformación.

Como bien lo explicamos con Adorno (2022, p. 133), los objetos siempre son más que los conceptos y por ello su no-identidad. El caso abordado nos ha dejado expuestas dos posibles contradicciones vinculadas al concepto de infidelidad. Por un lado, la industria del “ampay” impacta directamente al sujeto. La fragmentación del sujeto hace que el sujeto se bloquee así mismo y se ciegue únicamente ante la exposición del “ampay”, como imagen que se trasmite a través de la televisión. El sujeto toma como objeto esta falsa verdad de la infidelidad. Luego, cuando el sujeto intenta confrontarlo con su concepto, este primero lo desborda. Por ello, las contradicciones que se suscitan en este momento están relacionadas con la no-reflexión individual. El espectáculo hace que su reflexión no necesariamente sea lo suficientemente profunda como para superar el acto cometido. La industria cultural desea que ocurra nuevamente el mismo suceso. No por nada hablamos de un arrepentimiento industrializado que se ajusta a un objeto que es, realmente, cambiante. Cuando una relación amorosa —el objeto— se ve atravesada por la infidelidad, ya no puede devenir en una nueva identidad, pues las contradicciones la desbordan y, eventualmente, la deshacen. Todo lo contrario: la no-identidad emergente invade el concepto y, con ella, también las contradicciones del concepto y, por consiguiente, las contradicciones del concepto para con la realidad. Con todo ello, ¿qué implicancias directas tiene la infidelidad en los sujetos? ¿Es posible pensar que la infidelidad, por lo mismo que se reproduce en una industria cultural, se mantenga en tanto y en cuanto el objeto siempre supera al concepto? ¿Estamos presenciando un movimiento irresoluble de la infidelidad en nuestra realidad espectacular? Respondiendo a las tres interrogantes: hablamos de un sistema —movimiento— irresoluble del concepto de la infidelidad que no hace otra cosa que causar sufrimiento al sujeto.

las noticias, es importante que el/a lector/a denote la entonación de voz, la música o bien los términos que se emplean al describir el “ampay”.

En el capítulo anterior, cuando se exponía la teoría de Adorno (2022, pp. 42-43), dilucidamos que la relación entre el objeto y el sujeto también está mediada por un componente subjetivo y que, a su vez, este necesita de objetividad.²⁴ Con respecto a este tema, la crítica especializada sostiene que el sujeto solo puede ser conocido mientras esté compenetrado con el objeto y ello solo ocurre cuando: el sujeto se vierte sobre el objeto “[...] con su conciencia racional y también con su conciencia viva, libidinal, para abrir su conciencia tanto al objeto establecido por el concepto, como a los objetos diferentes a los cuales accederá con el deseo y los impulsos [...]”, como afirma Almanza (2020, p. 68). Es decir, los estudios especializados sostienen que hay un resultado enriquecido en la relación sujeto-objeto porque se reconoce que hay tanto un componente racional detrás, como un componente sensible, pero que, a su vez, es posible respetar la alteridad del objeto. En el caso de la investigación, el sujeto infiel se funde con la relación amorosa que es su objeto. Conoce, racional y libidinalmente, lo que sucedería si ocurriese un acto de infidelidad. Sin embargo, al cometerlo, lo que conoce como concepto de infidelidad no se ajusta a lo que el objeto —su relación amorosa— puede alterar. Incluso, no podría remitirse a experiencias pasadas, pues cada resolución de “ampay” ha podido tener distintos caminos²⁵ gracias a la industria del espectáculo. Por ello, sujeto y objeto siempre están en oposición y dan lugar a la negatividad, oponiéndose a la resolución de una nueva identidad (Almanza, 2020, p. 68).

Para Almanza (2020, p. 55), Adorno (1975, pp. 148-150) sostiene que la relación entre el sujeto y el objeto tienen un hito importante a partir de la era moderna, pues a partir de este periodo el objeto se volvería totalmente material. Esto no se alejaría de lo que hemos planteado en el primer capítulo, pues las sociedades modernas —y todo lo que ellas involucran— no hacen otra cosa que cosificar y masificar las producciones y, con ello, la aparición de las industrias culturales (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 68; cf. Buck-Mors, 1981, p. 145 & pp. 147-148, citada por Almanza, 2020, p. 57). Hablamos, como hemos expuesto más arriba, de una sociedad moderna invertida, llena de industrias culturales, en donde, según Debord (2014), “[...] lo verdadero es un momento de lo falso [...]” (p. 37). Falsas verdades que llegan a nosotros. La infidelidad —y su “ampay” — llega a nosotros como mercancías.

²⁴ En el segundo capítulo se explicó que el componente subjetivo también está sujeto a impulsos internos del sujeto: deseos.

²⁵ Los diferentes caminos no están condicionados únicamente a la ruptura de una pareja. Si bien los programas televisivos muestran el desenlace de una pareja, este camino no es necesariamente obligatorio.

Los hechos presuntamente fundamentales de la consciencia son otra cosa que meramente tales. En la dimensión de placer y displacer se inserta algo corporal en ellos. Todo dolor y toda negatividad, motor del pensamiento dialéctico, son la forma de lo físico de múltiples maneras mediatizada, de no pocas devenida incognoscible, del mismo modo que toda felicidad aspira a la consumación sensible y en ésta obtiene su objetividad. Despojada de todo aspecto en este sentido, la felicidad no es tal. (Adorno, 2022, pp. 190-191)

Adorno es claro cuando nos plantea que los hechos que ocurren en la conciencia no están aislados, sino que están mediados por presuntos factores materiales, históricos y corporales. Incluso, el pensamiento dialéctico, que pretende generar un nuevo conocimiento, es también producto del dolor y la negatividad. Volviendo a nuestro caso, ese conocimiento —falsa verdad— en que nos quiere hacer caer en cuenta el espectáculo y su infidelidad, no es posible conocerlo por las contradicciones que se generan, pero, a su vez, esta está conectado a un dolor subjetivo que está inserto en el sujeto. Es decir, un dolor —aparentemente falso— que se refleja, como anteriormente hemos constatado, como arrepentimiento industrializado. En ese sentido, podríamos pensar que el sujeto asume una postura moral guiada por los impulsos en la medida en que anhela conocer más a su objeto y, a su vez, reflexionar sobre sus decisiones (Almanza, 2020, p. 55 & p. 57). Sin embargo, el “ampay” hace que el sujeto no pueda conocer la amplitud de las relaciones de pareja ni, mucho menos, reflexionar a profundidad sobre la infidelidad.

En ese sentido, cabría que preguntarnos nuevamente: ¿por qué Adorno critica la propuesta de Hegel? Si pensamos bajo la dialéctica tradicional, si el espíritu no puede percatarse de su cuerpo —que percibe sufrimiento individual como ajeno—, entonces la dominación continúa, la identidad aparece y la propuesta hegeliana se mantiene (cf. Almanza, 2020, pp. 55-62). Sin embargo, la propuesta de Adorno (2022, p. 191) se sustenta en la medida en que:

La más mínima huella de sufrimiento sin sentido en el mundo de la experiencia desmiente toda la filosofía de la identidad, que querría disuadir de él a la experiencia. «Mientras siga habiendo un mendigo, seguirá habiendo mito»; por eso la filosofía de la identidad es mitología en cuanto pensamiento. El momento corporal recuerda al conocimiento que el sufrimiento no debe ser, que debe cambiar. «El dolor habla: pasa.»

Es decir, las contradicciones son indispensables para el autor en la medida en que son el argumento indispensable para comprender mejor el objeto. En efecto, el sufrimiento/dolor es muestra de que la realidad se transforma constantemente. Si el sujeto se encuentra inserto en una sociedad en la que impera la industria cultural, “[...] el sujeto padece al conocer y relacionarse en un mundo injusto que produce dolor, tiene que pasar a otro momento y sustituir el dolor, dejarlo perecer [...]”, explica Almanza (2020, p. 74). Con relación a nuestro caso, la infidelidad no parece ser un síntoma particular, sino un fenómeno más amplio en el ámbito espectacular y relacionar. El sufrimiento/dolor de quien ejecuta la infidelidad revela aquellas verdades —aunque falsas— en las que está inmerso el sujeto-objeto. Si, en definitiva, la infidelidad es una mercancía que se reproduce constantemente, el sufrimiento no puede perecer.

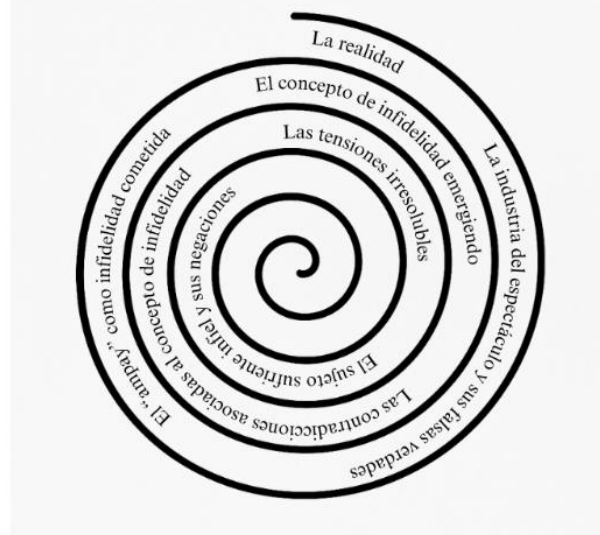
En ese sentido, llegamos a un nivel de análisis más profundo. Mientras el “ampay” se mantenga como mercancía de la infidelidad, el sujeto sufriente estará encerrado en una falsa verdad. En esa línea, Adorno (2022) reflexiona con claridad: “[...] los mecanismos terroristas del Estado se hacen fuertes como institución duradera, para escarnio de la teoría que pregonan. A sus súbditos los encadenan a sus intereses más próximos y los mantienen en su cerrazón [...]” (p. 192). Para nuestra sociedad espectacular, al parecer, es necesario que se mantengan los “ampays”. A través de sus falsas verdades evitan la reflexión y la crítica. ¿Por qué? Porque el espectáculo del “ampay” hace que el arrepentimiento —como los ejemplos del caso— sean superficiales. Ese sufrimiento es producto de la industria: “[se] hace parte central de la subjetividad y, por tanto, del conocimiento, sin embargo, la sociedad se configura de tal manera que tiende a eliminarlo e ignorarlo, lo que lleva la contradicción a una situación difícil de resolver [...]”, apunta Almanza (2020, p. 75). En otras palabras, todo indica que la industria del espectáculo no solo rebaja la experiencia humana, sino que también minimiza la reflexión y la confrontación con las contradicciones asociadas impidiendo un análisis profundo del fenómeno. La sociedad peruana del espectáculo necesita de sujetos infieles.

Con todo lo expuesto hasta aquí, hemos podido dilucidar cómo el “ampay” ha llegado a penetrar las entrañas de los sujetos haciéndolos vivir una falsa verdad de la infidelidad. La dialéctica negativa impera en la medida que las relaciones de pareja —y más aún cuando se comete una infidelidad al interior de estas— no pueden ser captadas totalitariamente por el concepto de infidelidad. No se puede generar una nueva identidad respecto a la infidelidad, puesto que las contradicciones superan al concepto. Es decir,

nos encontramos ante un movimiento de infidelidad que se transforma por obra de la industria del espectáculo.

La figura 3.1. esclarece cómo este capítulo se ha venido conformando al hilo de la lectura crítica de las fuentes y la confrontación con el caso seleccionado para el análisis. En efecto, la figura 3.1. ofrece una línea en espiral ascendente que representa visualmente el recorrido teórico y analítico que se ha seguido en la exposición del presente capítulo. En vez de representar un esquema lineal que conduzca a una resolución, se opta por una estructura espiral descendente que muestra cómo el concepto de infidelidad, tal como es mostrado en el espectáculo peruano, bajo la forma de “ampay”, no se resuelve ni se clarifica. Todo lo contrario, se enreda en las contradicciones, tensiones y repeticiones estructurales que el espectáculo y la industria cultural han pensado para el sujeto.

Figura 3.1. El movimiento irresoluble de la infidelidad



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, la realidad es una construcción social simbólica y mediática. Es trastocada por las formas de representación impuestas por la industria cultural. Su operación es la estandarización y falsificación de la experiencia (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 184). El nivel que le sigue —la industria del espectáculo y sus falsas verdades— representa cómo la estructura, desde la cual se producen imágenes, narrativas y conceptos se presentan como verdaderos en tanto que ocultan todo lo construido y mercantilizado por la industria y el espectáculo. El tercer nivel —el “ampay” como acto espectacularizado de infidelidad— detalla cómo un evento privado es convertido en un hecho público a través de su mediatización: se vuelve un contenido televisivo, una mercancía, una forma de entretenimiento que se repite y estandariza. De esta manera, el “ampay”, como imagen y representación espectacular, reduce la complejidad ética, afectiva y subjetiva de los sujetos

en la infidelidad. La consecuencia directa es que este hecho infiel es moralizante, juzgado por la audiencia a partir de categorías simples.

En el cuarto nivel el concepto de infidelidad comienza a emerger, tensionado por la reducción mediática. Como el espectáculo propone una verdad totalizante de lo que implica ser infiel, la realidad vivida de los sujetos resiste a dicho concepto. Aquí es, pues, cuando aparece la dialéctica negativa de Adorno. El concepto siempre queda rezagado frente aquello que lo subsume (Adorno, 2020, p. 42). La realidad —como en el caso analizado— desborda el concepto, lo contradice y/o lo tensiona. Más abajo, en el quinto nivel, aparecen las contradicciones del concepto. Es un fenómeno que está marcado por condiciones afectivas, simbólicas y mediáticas. Al sujeto, el espectáculo, le caen los efectos de la alienación y lo fragmentan. Los sujetos siempre están atrapados en narrativas impuestas desde fuera, que les dificultan la reflexión auténtica y el reconocimiento de las contradicciones asociadas.

En el penúltimo nivel de la espiral se plantea que todas las tensiones son irresolubles. A diferencia de Hegel, Adorno plantea que no hay superación, se rechaza toda reconciliación. Por ello, las contradicciones del concepto de infidelidad no llegan a la síntesis. Esto se debe a la mediatización creada por la industria cultural, que impide pensar el fenómeno en su totalidad. La experiencia del infiel queda solo en la vivencia particular y las formas estandarizadas de juicio que impone el espectáculo. Finalmente, en el último nivel, el más profundo, se haya el sujeto sufriente infiel y sus negaciones. No basta con haber expuesto en televisión nacional al sujeto, sino que se le etiqueta bajo una identidad fija: el infiel. Se descarta toda complejidad. Así mismo, se impide que el sujeto identifique sus contradicciones, que reflexione o transforme su experiencia en conocimiento. Entonces, su sufrimiento es parte de su no-identidad, tal como afirma Adorno (2022) cuando sostiene que “[...] La más mínima huella de sufrimiento sin sentido en el mundo de la experiencia desmiente toda la filosofía de la identidad [...]” (p. 191). Con todo ello, la espiral conduce a una repetición estructural. La industria del espectáculo necesita que el “ampay” se repita una y otra vez. Necesita que los sujetos sigan siendo infieles, que la infidelidad siga transmitiéndose como noticia en programas televisivos. Al mismo tiempo, el concepto de infidelidad permanecerá en tensión, pues estará siendo arrasado por las formas a través de las cuales el espectáculo lo manipula.

CONCLUSIONES

La reflexión crítico-científica desarrollada en las páginas precedentes, en diálogo con las fuentes maestras de la teoría crítica (Adorno y Horkheimer, con Hegel de fondo), así como el caso analizado, nos permiten arribar a las siguientes conclusiones que, en este estadio de la exposición, se configuran como la respuesta a la pregunta de investigación que planteamos inicialmente: ¿cómo se configura la dialéctica negativa de la noción “infidelidad” al interior de la industria peruana del espectáculo a través del discurso de un personaje mediático? Es oportuno señalar que las conclusiones se desprenden sobre todo del tercer capítulo, porque, metodológicamente, en el tercer capítulo realizamos el cruce de los dos primeros capítulos, de corte más teórico, con el fenómeno del “ampay” en la sociedad peruana del espectáculo.

- La presente investigación ha puesto de relieve que el “ampay”, concentrado principalmente en la exposición de la infidelidad, forma parte de la industria cultural y es concebido por sus creadores como una mercancía para el consumo predecible y estandarizado. Por su naturaleza mediática e industrializada, el “ampay” está lejos de la experiencia subjetiva directa, por lo consiguiente, crea un discurso que inserta y mantiene una verdad parcial, incompleta y unilateral sobre la infidelidad: precisamente por su parcialidad y unilateralidad, el discurso mediático sobre la infidelidad configura, pues, una falsa verdad. Dicho de otro modo: la exposición espectacularizada de la infidelidad en el programa *Magaly TV, la firme*, del que tomamos el caso objeto de análisis, convierte la infidelidad en una mercancía simbólica que refuerza la subjetividad moldeada por la industria cultural. Destinado a inhibir la emancipación de los sujetos contemporáneos insertos en una realidad problemática que dificulta y, en algunos casos, inhibe su acceso efectivo a derechos sociales y políticos, el “ampay” opera como vehículo mediático que legitima la difusión masiva de discursos pseudopúblicos

controversiales y posiciona los términos, usos lingüísticos y actitudes en el imaginario social. Los estudios críticos consultados para la elaboración de la presente tesis permiten comprender que, efectivamente, la industria cultural gestora del “ampay” moldea sistemáticamente el gusto de su teleaudiencia con imágenes y discursos que saturan el deseo y la expectativa de una subjetividad hecha a medida: la infidelidad industrializada.

- El análisis del caso seleccionado pone en evidencia que la industria del espectáculo promotora del “ampay” expone la infidelidad de manera somera. Como parte de la industria cultural, tiene la facultad de limitar la experiencia y la comprensión del fenómeno, para que no se vea a profundidad, sino sola y únicamente de manera superficial. En efecto, en el “ampay” la infidelidad se analiza desde una perspectiva epidérmica y simplificadora: se reduce la infidelidad a un acto de deslealtad y se involucra a los espectadores en el juego de la sanción moralizante —se genera una corriente de opinión, pero la teleaudiencia no participa directamente del discurso—, mas, no obstante, se termina perdiendo e invisibilizando una experiencia individual de suyo incommensurable. Puesto que en el “ampay” la experiencia del sujeto infiel es expuesta mediáticamente, en esa medida también es vivida frágilmente: los arrepentimientos de los “ampayados” son ilusorios porque los errores individuales son productos manufacturados que se contrastan con ideales inasequibles y porque las responsabilidades individuales son también mercancías producidas por el control mediático de la industria cultural.
- En la misma línea de reflexión, la industria cultura concibe también a las relaciones de pareja como mercancía para ser expuesta en el espectáculo. Si bien es cierto que pueden tener origen en la privacidad de los sujetos, una vez expuestas se transforman en mercancías para la industria. Así, al ser industrializadas, las relaciones afectivas interpersonales pierden su complejidad y terminan por alienar a los sujetos, reduciendo lo amoroso a una fórmula repetible para ser difundida por el discurso mediático. Así, los estudios que nutren la presente tesis han permitido poner de relieve que la industria del espectáculo —a través del “ampay”— afecta significativamente la experiencia amorosa/romántica en las relaciones de pareja.
- La reflexión crítica y la meditación sobre el amor conyugal, la fidelidad y la infidelidad en el contexto de la industria cultural históricamente situada

permiten vislumbrar que, en efecto, el espectáculo del “ampay” invierte la realidad al punto de que, como afirma Debord (2014), “[...] lo verdadero es un momento de lo falso [...]” (p. 37). Es decir, que, como forma mediática de la infidelidad, el “ampay” constituye una falsa verdad producida y difundida por la industria cultural, con efectos directos en la vida de los sujetos —tanto de los sujetos que son efectivamente enunciados y referidos en el discurso mediáticos, como de los sujetos que son los destinatarios de dicho discurso—. En esa línea de pensamiento y reflexión críticos, Debord es sumamente persuasivo cuando afirma que, en efecto, el espectáculo constituye una cosmovisión que está permanentemente en movimiento y que es, por eso mismo, flexible y modelable, pues no solo se puede reproducir continuamente en los medios de comunicación masiva —el “ampay” elige especialmente la televisión como su medio idóneo—, sino también, sobre todo, especialmente en la consciencia de las personas. Consecuentemente, el presente estudio permite comprender que, en buena cuenta, la sociedad peruana del espectáculo se sostiene, en gran medida, por la exposición sistemática y reiterativa de casos de infidelidad.

- Sobre la base de la teoría crítica (Horkheimer & Adorno, 1988; Horkheimer, 2000), la dialéctica negativa (Adorno, 2022) y la teoría del espectáculo (Debord, 2014), la presente tesis alcanza inteligir el “ampay” como un fenómeno social de gran envergadura y complejidad, pero, no obstante, marcado por el hecho ser un discurso sin sustancia ni verdad, es decir que, bien visto, el “ampay” es un todo falso cambiante expuesto a interpretaciones y contradicciones por parte de los sujetos. En ese sentido, la infidelidad está condicionada por su propio emisor: la industria del espectáculo. Si bien es cierto que la industria cultural, a través de sus mecanismos de difusión de discursos —el programa televisivo *Magaly TV, la firme*—, busca exponer y reproducir la infidelidad, también, al mismo tiempo, busca rechazar el compromiso profundo. Es decir, cuando —aplicando el método dialéctico tradicional— confrontamos una contra otra la fidelidad contra la infidelidad e intentamos superar las contradicciones, obtenemos que los sujetos producen una nueva identidad que comprende el fenómeno del “ampay” como un momento de la verdad. En otras palabras, el pensamiento busca superar los polos opuestos de la fidelidad y la infidelidad en una unidad más

abarcadora. Si esto fuera cierto, el “ampay” produciría una nueva identidad que reconcilie las contradicciones/tensiones del momento anterior: a pesar de la infidelidad, el “ampay” contribuiría a que los sujetos alcancen el reconocimiento pleno en todo sentido porque ni la infidelidad ni su mediatización devastarían el sistema de eticidad. Sin embargo, ello no ocurre porque, todo lo contrario, la industria del espectáculo parece necesitar de las contradicciones para mantener alienados a los sujetos.

- El caso objeto de análisis, a la luz del marco teórico-crítico aplicado, permite comprender que, en efecto, en el “ampay” no media el consentimiento informado, ni el acuerdo razonado, ni la libre manifestación de la voluntad de prestarse a la exposición mediática con límites éticos claramente establecidos, sino, todo lo contrario: la exposición mediática es unilateral y no se logra por la vía del consenso con los involucrados. Una vez expuestos a la comunidad ansiosa de espectáculo, los sujetos se distancia de su autonomía y, por consiguiente, su agencia y su capacidad críticas quedan contraídas y minimizadas. Del mismo modo, en la recepción por parte de la teleaudiencia, también los sujetos resultan alienados por cuatro motivos concurrentes, a saber: porque no comprenden el fenómeno a profundidad, porque la industria cultural inhibe el pensamiento crítico, porque el consumo placentero les impide actuar con agencia y, finalmente, porque los discursos mediáticos acondicionan el imaginario subjetivo de tal modo que inserta ideas de desconfianza, deshonor, deslealtad y violencia que les impide abrirse a vivir experiencias amorosas auténticas. Por todo ello afirmamos, pues, que el “ampay” es un todo falso, porque no dice todo lo que hay que decir sobre la infidelidad como fenómeno humano complejos estructurado por una gran y compleja red de vectores.
- Si bien es cierto que, tal como ponen de manifestó las páginas precedentes, la infidelidad puede entenderse como una ruptura en la fidelidad amorosa, esta no siempre responde a una mera decisión individual, ni tampoco puede ser reducida a un juicio moral inmediato y determinante. Muchas veces los acontecimientos están condicionados por deseos, anhelos o pulsiones que mantienen vivo el vínculo con el objeto de amor. Además de los factores ético-afectivos, existen otros factores —culturales, económicos, sociales, jurídicos, antropológicos, etc.— que influyen en configuración crítico-

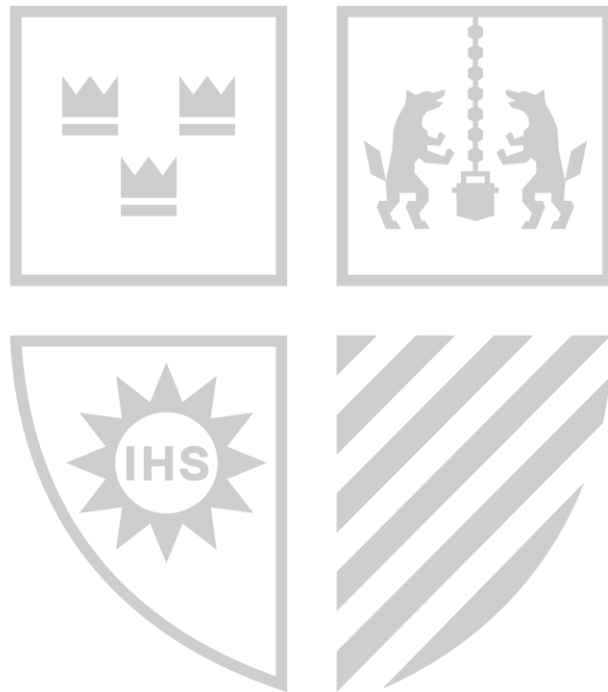
pragmática de una relación amorosa. Desde la teoría crítica, y especialmente desde la dialéctica negativa, se comprende que la relación entre el sujeto y el objeto amoroso no puede concebirse como armónica y/o cerrada, sino que, además, también se comprende de suyo que dicha relación está atravesada permanentemente por contradicciones irreductibles. Por ejemplo, el sujeto ama, desea, es infiel, se culpa o se justifica, y todo esto ocurre en tensión con un objeto que nunca es comprendido. En consecuencia, pues, con este razonamiento, es estudio que desarrolla la presente tesis pone en evidencia que el “ampay” —la infidelidad como fenómeno mediático— revela que está inscrita en su naturaleza la imposibilidad de arribar a una totalización y, en ese sentido, a una universalización necesaria, como hemos dicho más arriba.

- Las contradicciones asociadas a la infidelidad, según nuestro caso objeto de estudio y análisis, están vinculadas a justificaciones y arrepentimientos superficiales propias de un sujeto alienado que carece de reflexión. En efecto, la industria del espectáculo reproduce y genera sujetos sin identidad. Así mismo, la contradicción que se desprende de esto último es infidelidad como “error”. Pues ese error se debe a que en la mente del sujeto infiel existe una idealización de la fidelidad inalcanzable.
- Siguiendo a Debord (2014), Horkheimer & Adorno (1998) y Adorno (2022), el presente estudio pone de relieve que, como parte de la industria cultural, el “ampay” constituye una falsificación general de la sociedad: en la medida en que la industria cultural convierte las experiencias íntimas —como la infidelidad— en momentos aparentemente auténticos, en la misma medida refuerza la idea de que la sociedad es ella misma la totalidad de la falsedad —la suma y la síntesis de todas las falsificaciones—. Esta falsa verdad se presenta como incuestionable sobre el desamor, cuando en realidad encubre contradicciones y complejidades en las relaciones amorosas. Lo que se presenta como genuino —la infidelidad o la crisis de cualquier pareja—, en realidad es parte de las lógicas del espectáculo y consumo, que son parte constitutiva y constituyente de la industria cultural. La infidelidad mediática y mediatizada es, en efecto, una mercancía simbólica cuyos momentos individuales son momentos auténticos de una falsa totalidad.
- En coherencia con las conclusiones antecedentes, la tesis también arriba a la idea de que, transmitido por la industria del espectáculo, el “ampay” configura

un sistema de visibilidad que transforma la infidelidad en una noción contradictoria, mediada por la repetición, el escarnio y el juicio moral. En efecto, en el “ampay” no se busca resolver el problema, sino que se mantiene la lógica espectacularizante que impide una comprensión real y sensata, apoyada en fundamentos científicos. En esa línea, la comprensión mediática de la infidelidad es superficial, como hemos dicho más arriba, y se vuelve parte de un movimiento irresoluble, que, lejos de aclarar las tensiones, causa sufrimiento al sujeto. Con ello, lo que ocurre en la conciencia individual no es ajeno al contexto que atraviesa el sujeto. Desde la propuesta de la dialéctica negativa, entonces, la tesis busca mantener abierta la posibilidad de explorar talas contradicciones para hacer el esfuerzo de arribar a una comprensión verdaderamente crítica del fenómeno.

- La tesis arriba a la consciencia de que las contradicciones posibilitan conocer mejor al objeto, pero no en toda su amplitud. El sufrimiento se vuelve, entonces, una muestra de que la realidad y sus objetos se transforman constantemente. En efecto, si el sujeto está expuesto a la industria cultural del espectáculo, entonces se enfrenta cada vez más a la infidelidad y sus relaciones de pareja (objeto) se cargan cada vez de mayor sufrimiento. La industria cultural también convierte el sufrimiento en mercancía. De esta manera, el individuo “ampayado” no puede transformar el dolor y orientarlo hacia la construcción de una nueva identidad: si el dolor perece y se agota, la industria cultural reduce sus ganancias. Solo el sufrimiento, el dolor, el desconsuelo, la fragilidad y el envilecimiento de los sujetos es lo rentable para la industria cultural del “ampay”: el sufrimiento de quien ejecuta la infidelidad revela aquellas verdades falsas en las que está inmerso el sujeto-objeto. Si la infidelidad es una mercancía que se reproduce constantemente, el sufrimiento no puede perecer, razonan los forjadores del “ampay”.
- El sufrimiento del sujeto es producto y efecto de un conocimiento que permanece inalcanzable, siempre mediado por imágenes y narrativas que no permiten una comprensión auténtica. En ese sentido, como engranaje de la sociedad del espectáculo, la industria cultural tiende a reducir la experiencia humana a esquemas predecibles, impidiendo la reflexión crítica y el enfrentamiento con las contradicciones propias de su vivir. De esta manera, por tanto, la sociedad peruana del espectáculo necesita de sujetos infieles

para reproducirse y mantenerse vigente: los vuelve mercancía simbólica, figuras funcionales a una narrativa que mantiene perversamente la ilusión de verdad, ocultando sistemática e interesadamente la falsedad.



RECOMENDACIONES

Las recomendaciones de la presente investigación asociadas al “ampay” —que hemos trabajado en esta investigación desde la relación del mismo con la infidelidad—, quedan abiertas no por falencias sino porque, como en la investigación se ha podido mostrar, el “ampay” no tiene la condición de universalidad que nos permita afirmar que siempre se va a dar de una manera y no de otra, es decir no tiene carácter necesario sino contingente, adaptativo a diferentes narrativas según las particularidades de cada caso. Si bien el “ampay” tiene una estructura mediática y espectacularizada, tal estructura responde menos que a un soporte estable, por lo demás inexistente, y más a la comunicabilidad y al estilo en la televisión, puesto que no hay generalizaciones posibles, más allá de que el “ampay” siempre conlleva alguna forma de infidelidad. La revisión teórica y el análisis crítico del caso escogido ponen de manifiesto puntos inconclusos que pueden organizarse en una agenda de investigación y, en ese caso, las presentes recomendaciones pueden servir de estímulos para que la investigación científico-filosófica con apoyo en las ciencias sociales emprenda reflexiones académicas novedosas que profundicen la aplicación de la teoría crítica en el discernimiento y en la intelección de las complejíssimas problemáticas que atraviesan la realidad peruana y latinoamericana contemporánea:

- La tesis ha demostrado que hay indicios suficiente para seguir explorando en la idea de que la industria del espectáculo funciona como un mecanismo de control que moldea discursos sobre las relaciones amorosas. La investigación futura deberá ampliar la muestra para probar que el “ampay” se convierte de forma recurrente en un sistema eficaz de vigilancia para los sujetos: para el caso escogido vale la idea de que, cometido el acto de infidelidad, el discurso mediático actúa como juez y parte. Al crear una corriente de opinión superficial que simplemente “sentencia” y censura desde una moral epidérmica y polarizante, el discurso sobre la infidelidad se reduce a la

condena individual y se inhibe una reflexión crítica seria sobre la naturaleza de la infidelidad y sus consecuencias psicológicas, éticas, económicas, jurídicas y aún políticas, en la línea de reflexión que ponen de relieve autores como Romero, Rivera & Díaz (2007, pp. 121-147), Espinoza, Correa & García y Barragán (2014, pp. 135-147) y Castrejón (2025, pp. 55-68) cuando se les hace dialogar con Hegel (2017a, 2017b & 2022), Honneth (1997), Adorno (2022), Horkheimer & Adorno (1998) y Debord (2014).

- Se requiere estudios más profundos que afinen la intelección de la idea de que la mediatización de la infidelidad promueve actitudes dogmáticas atomizantes que luego se trasladan a otros espacios discursivos y fragilizan las condiciones de posibilidad para un debate social más responsable de la agenda pública. Si bien es cierto que la presente tesis ha demostrado que la sociedad del espectáculo promueve la idiosincrasia del “chisme”, de la ambigüedad, etc., queda pendiente la exploración crítica que permita responder a un pregunta crucial con potencial para orientar el adentramiento del pensamiento crítico en esta línea de reflexión, a saber: ¿en qué sentido el espectáculo y, con él, el chisme, son indispensables para la sociedad contemporánea que aspira a lograr la hipervigilancia sobre los sujetos, al punto de anular su agencia crítica?
- La tesis ha puesto de relieve que la práctica de la infidelidad puede ser interpretada como una manifestación de la falta de reconocimiento recíproco al interior de la relación amorosa que estructura a la pareja sentimental. La sistematización del diálogo del investigador con la tradición crítica ha puesto en evidencia que el sujeto infiel puede no sentirse reconocido en su individualidad y, a la vez, puede negar el reconocimiento del otro como alguien que merece valor, respecto y/o compromiso. Sin embargo, las limitaciones, tanto del espacio de la exposición como del enfoque crítico aplicado, impiden una exploración sistemática a las siguientes preguntas, a saber: ¿qué implicaciones éticas se desprenden de la infidelidad?, ¿en qué sentido la infidelidad conlleva la negación del otro y, consecuentemente, la alienación, la ausencia de reconocimiento y la ofensa del otro?
- El marco teórico-crítico que proveen y nutren Hegel (2017a, 2017b & 2022), Honneth (1997), Horkheimer & Adorno (1998), Debord (2014) y Adorno (2022) permite inteligir reflexivamente la idea de que la modernidad ha

transformado radicalmente las formas en que se comprende la experiencia pragmático-espiritual del amor. El presente estudio se aproxima a la idea de que la durabilidad de los compromisos afectivos resulta erosionada por una cultura del consumo y el placer que promueve vínculos fugaces, disponibles sin impedimento y constantemente reemplazables. Sin embargo, por la configuración metodológico-crítica de sus alcances y sus límites, la presente tesis no alcanza a responder preguntas cruciales como, en efecto: ¿qué tensiones estructurales arrastra hoy el concepto de amor?, ¿cómo surge y se sostiene una ética del vínculo amoroso en medio de una economía del deseo marcada por la espectacularización, la visibilidad y la inestabilidad afectiva? Futuras investigaciones académicas tendrán que enfrentar estas y otras aún más acuciantes preguntas a sabiendas de que ni la búsqueda de respuesta será sencilla, ni su resultado será del todo gratificante.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. W. (1966). *Negative Dialektik*. Suhrkamp.
- Adorno, T. W. (1974). *Tres estudios sobre Hegel*. V. Sánchez (trad.). 2da ed. Taurus.
- Adorno, T. W. (1975). *Dialéctica negativa*. J. M. Ripalda (trad.) & J. Aguirre (rev.). Taurus.
- Adorno, T. W. (1984). *Dialéctica negativa*. J. M. Ripalda (trad.) & J. Aguirre (rev.). Taurus.
- Adorno, T. W. (2001). *Mínima moralia. Reflexiones desde la vida dañada*. 3ra ed. J. Chamorro (trad.). Taurus.
- Adorno, T. W. (2004). *Teoría estética*. J. Navarro (trad.). Akal.
- Adorno, T. W. (2013). *Introducción a la dialéctica (1958)*. C. Ziermann (ed.) & M. Dimópulos (trad.). Eterna Cadencia.
- Adorno, T. W. (2017). *An Introduction to Dialectics*. N. Walker (trans.). Polity.
- Adorno, T. W. (2020). *Lecciones sobre dialéctica negativa: fragmentos de las lecciones de 1965-1966*. R. Tiedemann & M. Dimópulos (eds.). M. Vedda (trad.). Eterna Cadencia.
- Adorno, T. W. (2022). *Dialéctica negativa. La jerga de la autenticidad*. R. Tiedemann (ed.) & A. Brotons Muñoz (trad.). 5ta reimp. Akal.
- Almanza, T. (2020). Dialéctica negativa y sufrimiento en la filosofía moral de Theodor W. Adorno. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 41(123), 51-76. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7713751.pdf>
- Alza, F. (2024, 30 de enero). ¿Cuánto rating hizo *Magaly TV*, la firme con el *ampay* de Christian Domínguez junto a joven en su camioneta? *La República*. <https://larepublica.pe/espectaculos/farandula/2024/01/30/cuanto-rating-hizo-magaly-tv-la-firme-con-el-ampay-de-christian-dominguez-junto-a-joven-en-su-camioneta-1156650>
- América Hoy. (2024, 5 de febrero). América Hoy: Christian Domínguez buscará ayuda profesional (HOY). América Televisión. <https://www.youtube.com/watch?v=GbraT0WIS9s>
- Aragüés, R. (2019). El concepto de concepto en la lógica hegeliana. *Logos. Anales del Seminario de Metafísica*, (52), 9-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/asem.65850>
- Aragüés, R. (2021). *Introducción a la Lógica de Hegel*. Herder.
- Ávila, J. (2012). Max Horkheimer: teoría tradicional y teoría crítica. La singularidad epistemológica para la transformación de la sociedad. *Estudios de Filosofía*, 10, 73-87. <https://doi.org/10.18800/estudiosdefilosofia.201201.004>
- Badiou, A., & Truong, N. (2012). *Elogio del amor*. Paidós.
- Bauman, Z. (2018). *Amor líquido. Sobre la fragilidad de los vínculos humanos*. Paidós.
- Benente, M. (2019). Teoría crítica y derechos humanos. En M. Benente & M. Navas Alvear (eds.), *Derecho, conflicto social y emancipación: entre la depresión y la esperanza*, pp. 329-348. CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvnp0k6w.20>
- Benjamin, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Akal.
- Benjamin, W. (2008). *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*. UACM.
- Bertucci, A. & Ferrari, M. (2023). Hermenéutica filosófica y ciencias sociales. En A. Camou (ed.), *Cuestiones de teoría social contemporánea* (pp. 644-666). Universidad Nacional de La Plata. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.5851/pm.5851.pdf>

- Blasco, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa*, (49), 97-110. <https://doi.org/https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>
- Boladeras, M. (2015). *La Escuela de Frankfurt*. UOC.
- Bolo, K. et al. (2021). La educación y la escuela de Frankfurt: una perspectiva epistemológica sobre la teoría crítica de la sociedad. *Phainomenon*, 20(2), 223-242. <https://doi.org/http://doi.org/10.33539/phai.v20i2.2459>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Buck-Morss, S. (2011). *Origen de la dialéctica negativa. Theodor W. Adorno, Walter Benjamin y el Instituto de Frankfurt*. Eterna Cadencia.
- Calvo, J. (2022). *Nuevo Diccionario Quechua-Español Español-Quechua*. Vol. 2. Universidad San Martín de Porres.
- Castrejón, K. (2025). *Investigación teórica sobre la fidelidad e infidelidad en las relaciones de pareja* [tesina]. Centro Universitario de Taxco, Guerrero. <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000867746/3/0867746.pdf>
- Charry, M. (2017). Totalidad y dialéctica. El concepto de totalidad en Adorno y Hegel. *Estudios de Filosofía*, (56), 119-135. <https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.ef.n56a07>
- Corcuera, G. (2012). Theodor Adorno: *Minima moralia*. Una mínima aproximación. *Estudios de Filosofía*, (10), 141-149. <https://doi.org/10.18800/estudiosdefilosofia.201201.009>
- Cruz-Guerrero, D. E. (2019). El “artífice animado”: libertad, antropología e historia en la filosofía del arte de Hegel. *Metanoia*, 4, 69-80.
- Cruz-Guerrero, D. E. (2020). *Principios de filosofía del arte: la creación artística y el trabajo del artista. Arte, religión y espiritualidad en la Fenomenología del Espíritu (1807) de G.F.W. Hegel* [tesis de licenciatura]. Universidad Antonio Ruiz de Montoya, Lima.
- Cruz-Guerrero, D. E. (2023). Dos interpretaciones de Hegel: el arte entre lo social y lo antropológico. *Phainomenon*, 22(2), e3081, 1-16.
- Debord, G. (2014). *La sociedad del espectáculo*. L. Brea (ed.) & Colectivo Maldejojo (trad.). El perro y la rana.
- El Comercio. (2011, 5 de junio). Martha Hildebrandt explica el origen de las palabras “ampay” y “zurrarse”. *El Comercio*. <https://archivo.elcomercio.pe/amp/politica/opinion/martha-hildebrandt-explica-origen-palabrasampay-yzurrarse-noticia-770418>
- Engels, F. (1972 [1884]). *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. Quimantu.
- Escalante, S. (2018). Dialéctica, negatividad y no identidad en Adorno. En C. Montegudo & P. Quintanilla (eds.), *Los caminos de la filosofía: diálogo y método* (pp. 275-292). Fondo Editorial PUCP.
- Escobar, J. (2017). El espectáculo en las sociedades modernas: a propósito de dos tesis de Debord. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 17(32), 245-256. <http://dx.doi.org/10.22518/16578953.829>
- Espinoza, A., Correa, F. & García y Barragán, L. (2014). Percepción social de la infidelidad y estilos de amor en la pareja. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 19(1), 135-147.
- Farroñay, M. (2024, 30 de enero). De Melanie Martínez, Karla Tarazona a Pamela Franco: el historial de ampays de Christian Domínguez siendo infiel a sus parejas. *Infobae*.
- Fink, E. (2011). *Hegel. Interpretaciones fenomenológicas de la Fenomenología del Espíritu*. Herder.

- García, A. (2024). Dialéctica negativa: la transformación de la teoría crítica de la sociedad. *Aisthesis*, (76), 152-174. <https://doi.org/https://doi.org/10.7764/Aisth.76.7>
- García, R. (2013). Sujeto y verdad en el Prólogo de la *Fenomenología del Espíritu*, de Guillermo Federico Hegel. *Espiga*, (26), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5340175.pdf>
- González, M. (2020). Sobre la utopía en Marx, Engels y la recepción marxista del siglo XX. *En-Claves del Pensamiento*, 14(27), 136-155.
- Hegel, G. W. F. (1966). *Fenomenología del espíritu*. W. Roces (trad.). Fondo de Cultura Económica.
- Hegel, G. W. F. (2017a [1830]). *Enciclopedia de las ciencias filosóficas en compendio*. R. Valls Plana (trad.). Abada.
- Hegel, G. W. F. (2017b [1807]). *Fenomenología del espíritu*. W. Roces & R. Guerra (trad.) & G. Leyva (rev.). Fondo de Cultura Económica.
- Hegel, G. W. F. (2022). *Filosofía del derecho. Semestre de invierno de 1819-1830*. F. Huesca (trad.). Akal.
- Honneth, A. (1997). Reconocimiento y obligación moral. *Areté*, 9(2), 235-252. <https://doi.org/10.18800/arete.199702.002>
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1998). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. J. J. Sánchez (trad.). 3ra ed. Trotta.
- Horkheimer, M. (2000). *Teoría tradicional y teoría crítica*. J. L. López (trad.). Paidós.
- Huerta-Mercado, A. (2022). *Feliz seré. Chisme, humor y lágrimas en la cultura popular*. Fondo Editorial PUCP.
- Hyppolite, J. (1974). *Génesis y estructura de la Fenomenología del Espíritu de Hegel*. Península.
- Infobae. (2021, 16 de septiembre). ¿Qué significa “ampay”, la famosa palabra de Magaly Medina? *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/peru/2021/09/16/magaly-medina-ampay-que-significa-segun-la-rae-magaly-tv-la-firme-video/#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20Real%20Academia%20Espa%C3%B1ola,alguien%20que%20trataba%20de%20ocultarse%20>
- Ipar, E. (2020). Dialéctica negativa y reflexión crítica: el problema moral en la filosofía y la teoría social de Theodor W. Adorno. *Daimon. Revista Internacional de Filosofía*, (8), 33-47. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6018/daimon.317711>
- López, S. (2023). Hegel y Adorno: de la sistematización de la dialéctica afirmativa a la aperturidad de la dialéctica negativa. *Contrastes*, 28(2), 49-65. <https://doi.org/https://doi.org/10.24310/Contrastescontrastes.v28i2.14671>
- Liotard, J.-F. (1987). *La condición postmoderna*. Cátedra.
- Magaly TV la firme. (2024, 30 de enero). ¡Nuevamente ampayado! Christian Domínguez desata su pasión con una rubia en su camioneta. *Magaly ATV*. <https://www.youtube.com/watch?v=CSgj-gRS9Pk>
- Martens, C. (2024). *Análisis de la violencia simbólica hacia la mujer en los reels y comentarios de Instagram de “Magaly TV: La Firme” desde el 2022 hasta el 2023* [tesis de licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Massé, C. (2004). *Adorno. Teoría crítica y dialéctica negativa*. *Revista de Antropología Experimental*, (4), 1-14.
- Meza, L. (2022). *El impacto del periodismo deportivo y de espectáculos sensacionalistas en jóvenes de 18 a 25 años en Lima, Perú, 2022* [tesis de bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667244/Meza_C_L.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Morocho, A. (2023, 22 de marzo). Rating de *Magaly TV, la firme* y *Al fondo hay sitio*: ampay de Paolo Hurtado vs. la aparición de Doña Nelly. *Infobae*. <https://www.infobae.com/peru/2023/03/22/rating-de-magaly-tv-la-firme-y-al-fondo-hay-sitio-ampay-de-paolo-hurtado-josmeru-toledo-vs-la-aparicion-de-dona-nelly-boda-jimmy-gonzales-y-kimberly/>
- Neto, P. L. & Canastra, J. (2021). Visual spaces of change: entre lo real y lo imaginado. El papel de la fotografía y de la manipulación de la imagen en el debate crítico sobre arquitectura y el espacio público. *Rita: Revista Indexada de Textos Académicos*, (16), 64-77.
- Oré, N. (2021, 5 de agosto). El espectáculo de los debates políticos. *Pólemos. Portal Jurídico Interdisciplinario*. <https://polemos.pe/el-espectaculo-de-los-debates-politicos-nicole-ore-kovacs/>
- Pienknagura, A. (2004). La dialéctica de la teoría y la praxis en Adorno. *Estudios de Filosofía*, (29), 49-65.
- Quezada, A. (2005). La oferta televisiva de género. En R. Alfaro & A. Quezada, *Atracción fatal: gritos y susurros de género en la pantalla peruana. Análisis de programación y consulta ciudadana* (pp. 11-61). Veeduría Ciudadana.
- Quintana, L. & Hermida, J. (2020). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Perspectivas en Psicología*, 16(2), 73-80. <http://m.rpsico.mdp.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1262/07.pdf?sequence=1&i>
- Radio Programas del Perú. (2023, 17 de mayo). Magaly Medina: ¿cuántos puntos de rating hizo su programa tras “ampay” de la esposa de Cuto Guadalupe? *RPP*. <https://rpp.pe/famosos/farandula/magaly-medina-cuanto-de-rating-hizo-su-programa-tras-ampay-de-la-esposa-de-cuto-guadalupe-noticia-1484820>
- Real, G. (2004). *La familia en la constitución del estado Hegeliano* [tesis de maestría]. Universidad de Chile, Santiago.
- Ricoeur, P. (1993). *Freud: una interpretación de la cultura*. Siglo XXI.
- Rodríguez, R. (2012). La crítica a la modernidad: Theodor Adorno y la dialéctica negativa. *Nuevo Pensamiento*, 2(2), 211-220. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5513848.pdf>
- Romero, A., Rivera, S. & Díaz, R. (2007). Desarrollo del inventario multidimensional de infidelidad (IMIN). *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica*, 1(23), 121-147.
- Rojas, I. R. (1999). Theodor W. Adorno y la Escuela de Frankfurt. *Convergencia*, 6(19), 71-86.
- Russell, E.-J. (2021). *Spectacular Logic in Hegel and Debord. Why Everything is as it Seems*. Bloomsbury Academic.
- Sánchez Sierra, J. (2019). *Producción periodística audiovisual: tres casos de impacto en la televisión peruana* [trabajo de suficiencia profesional]. Universidad de Lima, Perú.
- Sánchez, M. (2013). *Miradas que vigilan, imágenes que castigan: chisme, moral y discurso social en Magaly TeVe. Mito y ritual en la televisión del siglo XXI* [tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sotelo, L. (2010). *Ideas sobre la historia. La Escuela de Frankfurt: Adorno, Horkheimer y Marcuse*. Prometeo Libros.
- Valencia, N. (2015). Una aproximación a la dialéctica negativa de Theodor W. Adorno. *Versiones*, (5), 35-46. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/versiones/article/view/22517/18619>
- Wapa. (2022, 7 de septiembre). ¿Cómo se mide el rating de los programas de televisión a nivel nacional? *Wapa*. <https://wapa.pe/lifestyle/2022/09/07/como-se-mide-rating->

[en-programas-television-radial-nivel-nacional-sirve-medir-rating-ibope-gisela-rating-rating-programa-gisela-39792](#)

Wiggershaus, R. (2015). *La Escuela de Fráncfort*. M. Romano H. (trad.) & M. Madureira (rev.). 1ra reimp. Fondo de Cultura Económica & Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

Zamora, J. A. (2018). Crisis, crítica y praxis: una aproximación desde la teoría crítica. En C. L. Piedrahita, P. Vommaro & X. Insausti (eds.), *Indocilidad reflexiva: el pensamiento crítico como forma de creación y resistencia* (pp. 235-254). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvn5tzs8.24>

