



Universitat
de les Illes Balears

La ràdio a l'aula de filosofia, una proposta didàctica inspirada en el pensament de Walter Benjamin i Bertolt Brecht.

La radio en el aula de filosofía, una propuesta didáctica inspirada en el pensamiento de Walter Benjamin y Bertolt Brecht.

The radio in the philosophy classroom, a didactic proposal inspired by the thinking of Walter Benjamin and Bertolt Brecht

Miquel Àngel Ballester Salas

Memòria del Treball de Fi de Màster

Màster Universitari de Formació del Professorat
(Especialitat de FILOSOFIA)
de la UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

Curs Acadèmic 2016-2017

Juliol del 2017

Tutor del Treball: Joan Carles Alzamora Palacios

Resum (Abstract)

En el treball defensam una proposta didàctica d'ensenyament de la filosofia a través de l'ús de la ràdio, entesa com a mitjà de comunicació de masses. Hem reconstruït la genealogia del concepte de *massa* com a subjecte social característic de la ràdio en els seus inicis, en contraposició a elit, a través dels filòsofs Friedrich Nietzsche i Ortega y Gasset. La proposta didàctica està fonamentada filosòficament sobre la tesi de Walter Benjamin i Bertolt Brecht favorable a la funció política i educativa de la ràdio. I hem contextualitzat el fenomen de la ràdio, en el marc de la seva aparició a partir de la crítica realitzada a la cultura de masses per part de Theodor Adorno i Max Horkheimer.

(Benjamin; Brecht; ràdio; didàctica de la filosofia; Àgora de can Alcover).

Índex

1. Objectius del treball	4
2. Estat de la qüestió	
2.1. Genealogia de la massa segons Nietzsche i Ortega	5-13
2.2. La crítica a la cultura de masses d'Adorno i Horkheimer	13-19
2.3. Teoria productivista i revolucionària de la ràdio de Walter Benjamin i Bertolt Brecht	19-35
2.3.1. L'experiència radiofònica de Benjamin i Brecht	20-23
2.3.2. Reflexions generals de Benjamin i Brecht entorn a la ràdio	23-28
2.3.3. La funció política de la ràdio a Benjamin i Brecht	28-31
2.3.4. La funció pedagògica de la ràdio segons Benjamin i Brecht	31-34
2.3.5. L'experiència salvadora de la ràdio de Benjamin en contrast amb la percepció totalitària d'Adorno i Horkheimer	34-36
3. Desenvolupament de la proposta	
3.1. Ràdio i ensenyament de la filosofia	37-42
3.2. La proposta didàctica de ràdio i filosofia a l'assignatura de Valors ètics	42-45
3.3. La proposta didàctica de ràdio i filosofia a l'assignatura de Filosofia	45-47
3.4. Altres aplicacions per a l'ús de la ràdio en l'ensenyament de la Filosofia	47-49
3.5. Consideracions finals	49
4. Conclusions	50-51
5. Referències	52
6. Bibliografia	52-53
7. Webgrafia	54-55

1. Objectius del treball

L'objectiu central del present treball ha estat elaborar una proposta didàctica innovadora per posar en relació la ràdio amb l'ensenyament de la filosofia.

El treball està estructurat en dues parts. A la primera part, feim una genealogia filosòfica del concepte de *massa*, a través de Nietzsche i Ortega y Gasset, amb la finalitat de comprendre millor la formació i l'evolució del subjecte i objecte social que caracteritza la indústria cultural i la ràdio, que conegueren Bertolt Brecht i Walter Benjamin.

A continuació, exposam l'anàlisi de la indústria cultural en general i de la ràdio en particular, realitzat per Theodor Adorno i Horkheimer, dos dels màxims representants de la primera generació de l'Escola de Frankfurt. Adorno i Horkheimer aporten una anàlisi sobre els problemes de la tècnica i dels mitjans de comunicació, que esdevé rellevant per entendre la posició de Benjamin.

Una vegada plantejat críticament el context cultural i tècnic en el qual apareix la ràdio, exposam les reflexions sobre la ràdio elaborades per Walter Benjamin i Bertolt Brecht, les propostes concretes per orientar la ràdio cap a la seva funció política i educativa.

A la segona part del treball, exposam un projecte didàctic d'ús de la ràdio en l'ensenyament i la divulgació de la filosofia, inspirat en les idees sobre el que havia de ser la ràdio segons Benjamin i Brecht, però considerant també les condicions tècniques actuals. En la formulació de la proposta, ens ha estat útil tenir en compte dues experiències de ràdio i filosofia. En primer lloc, l'experiència desenvolupada en el programa de ràdio *l'Àgora de can Alcover d'Ona Mediterrània*, entre els anys 2014 i 2017. I, en segon lloc, el projecte de ràdio i filosofia realitzat durant les pràctiques del màster de formació del professorat amb alumnat de Secundària i Batxillerat de l'Institut Madina Mayurqa de Palma.

D'alguna manera, aquestes experiències recullen també algunes de les idees pedagògiques exposades per Benjamin i Brecht sobre la manera de produir continguts i connecten amb les seves propostes polítiques democratitzadores sobre la ràdio.

2. Estat de la qüestió

A aquesta primera part hem volgut establir unes bases filosòfiques per al projecte didàctic que relaciona la filosofia amb la ràdio, estudiant les potencialitats polítiques i pedagògiques que ofereix el fenomen radiofònic, en els seus orígens, lligat als nous mitjans tècnics de producció i reproducció, i a l'aparició de la massa, com a nou subjecte i objecte característic de la indústria cultural. Per desenvolupar aquesta part més teòrica, hem estudiat principalment les concepcions de la ràdio del filòsof Walter Benjamin, del dramaturg Bertolt Brecht i dels teòrics de la teoria crítica Theodor Adorno i Max Horkheimer. Prèviament, hem considerat necessari estudiar filosòficament la genealogia del concepte de *massa*, com a figura central que respon a la realitat de la ràdio, des dels seus orígens, a través de la lectura de textos de Nietzsche i Ortega y Gasset.

2.1. Genealogia de la massa segons Nietzsche i Ortega

En aquest apartat inicial ens proposam fer un esforç per comprendre filosòficament la categoria social de massa, en la mesura que és una figura que domina la societat industrial en la qual apareix la ràdio, que en els seus inicis es defineix de forma general com a mitjà de comunicació de masses. Amb aquesta finalitat donarem compte de diferents accepcions de *massa*, que en un sentit general entendrem com un subjecte social col·lectiu lligat a les ciutats, caracteritzat per comportar-se i actuar de forma impersonal i homogènia, com si fos un individu sol, seguint uns patrons semblants a l'hora de consumir els productes fabricats en sèrie o de manifestar les seves preferències culturals i artístiques. Considerarem la massa, a causa del seu nombre, i de les seves formes de vida, una figura clau a l'hora de sostenir l'economia capitalista, en la mesura que és la força de treball que garanteix la producció i la fabricació de noves mercaderies a gran escala través del seu consum.

L'aparició de la massa va lligada als canvis tecnològics, especialment en l'àmbit cultural. És una categoria que caracteritza culturalment l'home del segle

XIX en endavant. Anteriorment, s'utilitzava la categoria de *públic*, una transposició del subjecte cartesià al món de la cultura. Cabot, Frau i Cerdà (2008, 43) ens proporcionen una definició precisa de *públic*, el públic seria “la suma o unió en una única opinió (l'opinió pública)¹ del que individus lliures, racionals i sense prejudicis pensen de forma individual i autònoma”. El naixement del públic va ser possible gràcies a la caiguda dels règims absolutistes religiosos i a la crítica il·lustrada que diposita la confiança en l'autonomia de cada individu i en les seves capacitats racionals d'anàlisi i de crítica.

L'ascens de les masses és un fenomen social i històric que preocupa des dels seus orígens a filòsofs com Friedrich Nietzsche (1844-1900), José Ortega y Gasset (1883-1955) i també a filòsofs de l'Escola de Frankfurt com Theodor Adorno (1903-1969), Max Horkheimer (1895-1973) i Walter Benjamin (1892-1940). També és objecte d'estudi de sociòlegs com Emile Durkheim (1858-1917) o Sigmund Freud (1856-1939) i de psicòlegs com Gabriel Tardé (1843-1904) o Gustave Le Bon (1841-1931).

Pensar a fons en les teoritzacions sobre aquest nou subjecte i objecte social, o pensar les implicacions que la seva aparició pot tenir per la teoria marxista de les classes socials, supera amb escreix l'espai d'aquest estudi. Per això, només farem al·lusió a les concepcions filosòfiques que consideram més suggerents i representatives, com són les de Friedrich Nietzsche, José Ortega y Gasset i les dels membres fundadors de l'Escola de Frankfurt², Max Horkheimer i Theodor Adorno, com a mitjà per accedir a la teoria de la ràdio dels autors estudiats: Walter Benjamin i Bertolt Brecht.

¹ El filòsof i sociòleg alemany Jürgen Habermas ha estudiat al seu llibre *Història i crítica de l'opinió pública*, l'evolució de l'opinió pública al llarg de la història, des de la seva aparició lligada al liberalisme burgès fins a la seva dissolució en la massa, afavorida per la influència de la cultura industrial i els mitjans de comunicació.

² L'Escola de Frankfurt o frankfurtians és el nom que adopten un grup d'intel·lectuals alemanys d'esquerra, vinculats a la teoria crítica, que desenvoluparen els seus estudis socials des d'una perspectiva marxista i psicoanalítica, agrupats entorn a l'Institut d'Investigació Social de Frankfurt creat el 1922. Són membres destacats d'aquesta escola marxista de pensament: Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Eric Fromm (1900-1980) i Herbert Marcuse (1898-1980). Walter Benjamin mereix una menció a part, perquè és una figura heterodoxa dins el conjunt de pensadors de l'Escola de Frankfurt. De fet, existeix una polèmica sobre si Benjamin és un membre de ple dret de l'Escola o no ho és. Nosaltres ens inclinam per incloure'l, perquè entenem que comparteix la temàtica i l'enfocament intel·lectual del grup. Al llarg del present treball farem un ús restringit del terme i ens referirem exclusivament a Adorno i Horkheimer.

En l'àmbit de la filosofia predomina una visió negativa de la massa, especialment des del segle XIX. Començam per fer una breu referència a la visió de Nietzsche, perquè pensam que és paradigmàtica d'aquesta visió³ i perquè ens permetrà realitzar un recorregut filosòfic que ens conduirà des de la seva crítica a la cultura occidental, fins a la filosofia elitista d'Ortega i la crítica frankfurtiana a la cultura de masses. D'aquesta manera ens situarem en disposició d'exposar la teoria de Benjamin i Brecht sobre la ràdio com a mitjà de comunicació de masses i podrem establir en el següent apartat, una comparació aclaridora entre la visió de Benjamin i Brecht i la dels frankfurtians.

Nietzsche introdueix la concepció de la massa en el marc de la crítica als fonaments morals de la cultura occidental. Segons Nietzsche l'origen de la moral no és moral, sinó que es basa en una distinció més antiga, en la superioritat espiritual i intel·lectual exercida per l'home aristocràtic sobre els dèbils.

Per a Nietzsche la massa és un ramat, pel seu caràcter gregari, obedient i submís. La massa o multitud, està formada per la majoria, pels homes corrents, inferiors, mediocres, pels esclaus que oculten la seva debilitat baix la capa d'una democràcia protectora, i que combreguen i es deixen dur pels valors decadents, valors moderns lligats a la tradició cristiana, com la bondat, la compassió o la resignació. Per a Nietzsche, la massa és esclava, perquè no té gens de valor per si mateixa. El seu valor l'obté pel fet de servir als seus amos, en tant que esclaus i serfs de quelcom. És l'amo el que decideix atorgar-li algun valor, un valor condicionat a la seva utilitat. Això vol dir que tindrà valor mentre li sigui útil. La massa es caracteritza també per desitjar una vida còmoda i segura, sense patiments ni perills, una vida que sigui igual per a tothom, conforme amb la seva situació de sotmetiment.

En oposició a la massa, s'eleva l'home superior, creador, artista i dominador, el noble, l'aristòcrata, el nou filòsof creador de valors i d'una cultura elevada, l'home fort, egoista i cruel, com la vida, però el que realment fa superior a l'aristòcrata és la seva capacitat per sacrificar altres homes o esclavitzar-los,

³ L'ideal aristocràtic de Nietzsche travessa tota la seva obra, però és més central a *Més enllà del bé i del mal* (1886) i *La genealogia de la moral* (1887).

sense sentir gens de mala consciència. Per a l'home superior, la societat és un instrument per a què pugui imposar la seva voluntat.

Nietzsche (2000, 253) considera que ha arribat el moment de plantejar la superació de l'etapa moral de la humanitat, d'iniciar un camí extramoral, de retorn a l'instint, que deixi enrere la civilització enemiga de la vida i l'home mediocre. Per a Nietzsche la superació de l'home és entesa com autosuperació i només serà possible si es combat l'igualitarisme i es recupera la jerarquia i la distància premoderna entre nobles i esclaus:

Cada nova elevació del tipus «home» ha estat fins ara l'obra d'una societat aristocràtica –i sempre serà així: l'obra d'una societat que creu en una llarga escala jeràrquica i en la diferència de valor entre home i home, i que necessita d'una manera o altra, l'esclavitud.

Els valors falsos i contraris a la vida que han dominat la cultura occidental des de Plató ençà, han de ser invertits, transvalorats, per posar de nou el valor de la vida en el centre. Nietzsche planteja així un aristocratism basat en la necessitat de construir un individu que sigui capaç de pensar per si mateix, lliure de culpa, mala consciència i de ressentiment cristià, amo de si mateix i amb capacitat d'actuar amb independència del que pensi la col·lectivitat.

Per a Nietzsche l'autèntic progrés de la humanitat té a veure amb la voluntat de poder, amb deixar que la vida es desplegui amb tota la seva força. Per a què la vida es desenvolupi en la seva essència fa falta però, un gran sacrifici, el sacrifici de la massa, que defineix Nietzsche (1982, 114) en aquests termes: “la humanitat com a massa, sacrificada a la prosperitat d'una sola espècie *més forta* d'home: heus aquí allò que *seria* un progrés...”.

Nietzsche fa referència a un nou home, al superhome, a aquell que està per damunt de l'home. Per a què sigui possible el seu adveniment primer s'ha de proclamar la necessitat de la transmutació dels valors. S'ha de desenvolupar una tasca destructiva dels valors existents com a pont per transitar cap a una nova cultura favorable a l'exaltació de la vida, en la seva dimensió constructiva, però també cruel i destructiva. Aquesta tasca destructiva correspondrà al 'darrer home', aquell que entre els homes superiors ha arribat més enfora, aquell que anunciant la mort de Déu, i que abandonant-se a la vida, donarà pas

al superhome, el primer home que estarà més enllà del bé i del mal i que serà capaç de produir nous valors per si mateix. La massa per a Nietzsche haurà de ser governada pel superhome, el màxim representant del goig de viure.

Nietzsche acompanya la seva crítica a la moral occidental amb la denuncia del caràcter ideològic de la ciència del seu temps i del culte al progrés racional, basat en la racionalitat científica i tècnica, i anticipa la crítica d'Adorno i Horkheimer a la Il·lustració.

La visió de Nietzsche sobre la massa té continuïtat en la filosofia d'Ortega y Gasset. La concepció orteguiana de l'home massa està molt influïda pel vitalisme de Nietzsche, en tant que situa la vida en el centre, en el primer plànol ontològic. Ortega entenia cultura i vida de forma relacionada. Qualsevol activitat humana havia d'estar orientada a la vida. El problema segons Ortega apareix quan es cerca el valor de la vida fora de si mateixa. Quan la cultura es desconnecta de la vida perd el seu sentit, de la mateixa manera que quan la raó se situa en un nivell superior a la vida, més enllà d'ella. Per això, la proposta d'Ortega és la d'una raó vitalista.

Ara bé, per Ortega no totes les formes de viure són igualment valuoses. Hi ha vides elevades i vides decadents. Per això distingeix entre una forma de vida industrial i una forma de vida esportiva. L'esperit industrial està dominat per un tipus de raó tècnica i calculadora, que tendeix a reduir riscos i només està interessada pels resultats. L'esperit esportiu està dominat per la raó pràctica, i es caracteritza per donar sentit a les accions en les accions mateixes, això implica que s'esforça pel plaer d'actuar. La vida esportiva té un sentit heroic, no mira prim en l'esforç que ha d'invertir per assolir un fi, malgrat els riscos, perquè es basa en l'absoluta confiança en les pròpies forces. Cadascuna d'aquestes maneres de comprendre la vida donarà lloc a un tipus d'home diferent. Així, la primera forma de viure és pròpia d'un home noble, en sentit ètic; mentre que la segona forma de viure és la que afavoreix l'aparició de l'home massa.

Ortega (1983, 28) es planteja el problema de la massa en relació a la conservació de la individualitat, parteix de la preocupació pel manteniment de la

individualitat en la societat espanyola i europea del anys 20, dominada per la massa:

Al contemplar en las grandes ciudades esas inmensas aglomeraciones de seres humanos, que van y vienen por sus calles o se concentran en festivales y manifestaciones políticas, se incorpora en mí, obsesionante, este pensamiento: ¿Puede hoy un hombre de veinte años formarse un proyecto de vida que tenga figura individual, y que, por tanto, necesitaría realizarse mediante sus iniciativas independientes, mediante sus esfuerzos particulares?

La resposta d'Ortega a aquesta pregunta és negativa. Comença analitzant el fenomen de la massa des d'un punt de vista visual, la qual cosa li permet afirmar que la massa no deixa espai a l'individu, l'individu no té lloc perquè la massa ocupa tot l'espai disponible:

Las ciudades están llenas de gente. Las casas, llenas de inquilinos. Los hoteles, llenos de huéspedes. Los trenes, llenos de viajeros. Los cafés, llenos de consumidores. Los paseos, llenos de transeúntes. Las salas de los médicos famosos, llenos de enfermos. Los espectáculos, como no sean muy extemporáneos, llenos de espectadores. Las playas, llenas de bañistas. (ORTEGA: 1983, 39-40)

El concepte de *massa* no només és observable i té una dimensió quantitativa, sinó que també té un component qualitatiu, respon a un perfil psicològic d'home. Des d'un punt de vista psicològic, l'home massa, es pot definir a priori, prèviament a la seva visibilitat en forma d'aglomeració. Això implica que es pot saber si una persona tota sola forma part de la massa o no, perquè l'home massa es comporta segons uns patrons psicològics comuns en tots els àmbits de la vida, a l'àmbit públic i privat, en el treball i l'oci, en societat o privadament.

La massa, per definició, té una personalitat dependent dels demés, no pot dirigir la seva pròpia vida, es comporta com un autòmat, té tendència al conformisme, ha perdut l'esperit crític, és irracional i impulsiu i fàcilment suggestionable, confia amb l'autoritat, està mancat de seguretat amb si mateix, no es valora gens. La seva principal característica és la vulgaritat. És vulgar perquè és incapaç de generar actes creadors o culturals.

Ortega il·lustra de forma pedagògica el perfil psicològic de l'home massa recurrent a quatre figures, així dirà que *l'home massa* és un nin mimat i capritxós, un primitiu rebel, un senyoret satisfet, i un especialista.

En primer lloc, l'home massa es comporta com un nin mimat i capritxós, que ha perdut el contacte amb el perill de viure, està acostumat a fer la seva, amb el mínim esforç, gaudint de les comoditats civilitzadores.

En segon lloc, l'home massa es comporta també com un primitiu rebel, com un bàrbar que no comprèn la societat perquè considera que la seva vida, còmoda i segura, és un estat de coses natural. No té consciència dels seus propis límits, ni tampoc reconeix que la seva situació privilegiada és el resultat històric de l'esforç de generacions anteriors, del progrés tècnic i de la democràcia liberal.

En tercer lloc, onsevulla que es troba, l'home massa es comporta com un senyoret satisfet, com si el món fos de la seva propietat, rebutjant qualsevol compromís.

I finalment, en quart lloc, l'home massa, en la seva forma més degradada, és un especialista vanitós, que es creu perfecte i superior, que creu que entén de tot, però que, en realitat, no és més que un ignorant que només arriba a albirar una part esbiaixada de la realitat.

Ortega construeix la figura de l'home massa analitzant les circumstàncies del seu temps. En aquest sentit, Ortega (1983, 80) destaca la incapacitat de la massa per dirigir el procés, que no progrés, de la civilització actual:

El simple proceso de dirigir la civilización actual es superlativamente complejo y requiere sutilezas incalculables. Mal puede gobernarlo este hombre-medio que ha aprendido a usar muchos aparatos de civilización, pero que se caracteriza por ignorar los principios mismos de la civilización.

L'home massa no s'interessa per la civilització, només es preocupa pels productes de la tècnica, pels automòbils o els anestèsics –dirà Ortega (1983, 91)– però és incapaç de veure més enllà d'aquests aparells i de descobrir els principis que els regeixen. Ortega afirma amb rotunditat que l'home massa és incivilitzat, que té un caràcter primitiu a causa del seu desinterès per la ciència i

la cultura. Ortega observa que aquesta desproporció entre els beneficis pràctics que la ciència li procura, i la manca d'interès per ella, posa en perill la continuïtat de la civilització tècnica. Desconfia de les capacitats mentals de l'home massa per saber resoldre els problemes que planteja viure en una societat complexa.

De la mateixa manera que Nietzsche, Ortega distingeix també entre *massa* i *elit*⁴. Així l'home massa no es pot entendre en solitari, sense pensar la figura de l'home noble. En contraposició a la massa, l'elit que pensa Ortega està composta pels millors, per una minoria qualificada d'homes excel·lents, nobles i autoexigents, que s'esforcen en el seu perfeccionament personal i social. La seva noblesa no és hereditària, sinó el resultat de la seva activitat, de la seva vida esforçada. La funció de la minoria selecta o superior és donar exemple i transmetre el seu mode de vida racional, de forma pedagògica a les masses, o sigui, té com a missió educar a les masses en el respecte i l'acceptació de la superioritat dels individus selectes, de les qualitats i els actes exemplars que els fan superiors, en sentit cultural, intel·lectual, polític, i en tots els camps socials, perquè Ortega defensa la tesi que no hi ha societat sense l'existència d'una massa que accepti ser governada per una minoria selecta.⁵ La tasca pedagògica de l'elit intel·lectual serà principalment elevar el nivell cultural i reflexiu de les masses.

Ortega denuncia que tant a Espanya com a nivell europeu, s'estava gestant la rebel·lió social de les masses, de l'home massa, de l'home igualitarista que considera que ningú és superior a ningú, que presumeix de vulgaritat i d'incultura, que es caracteritza per la seva passivitat i conformisme, per la

⁴ El binomi minoria i massa és una idea central en la filosofia d'Ortega, que assoleix la seva màxima expressió a les obres *España invertebrada* (1922) i *La rebelión de las masas* (1930). Hem d'afegir immediatament que Ortega no pensa la massa ni la minoria selecta com a classe social, ja que defensa la presència de massa i de la minoria superior dins qualsevol classe social. La massa per Ortega representa un mode de ser interclassista, que es dona a totes les classes socials (veure Ortega: 1983, 42-43 i 112).

⁵ La inclinació elitista de la filosofia d'Ortega i els termes en els quals s'expressa ha donat peu a interpretar la relació entre la massa i l'elit com a una relació de dominació. Així l'elitisme d'Ortega s'ha interpretat com a una base filosòfica justificadora dels règims autoritaris. Nosaltres ens inclinam per la interpretació contrària, per aquella que assenyala precisament com Ortega alerta de la deriva autoritària de les masses, de la recerca de les masses europees d'un pastor que les guii. La crítica d'Ortega es dirigeix així a la mediocritat i vulgaritat que genera l'igualitarisme radical en les societats contemporànies i que posa en perill els drets i les llibertats individuals de les minories formades per individus selectes.

manca d'autoestima i la seva pretensió d'imposar la seva opinió sobre qualsevol tema, fins i tot de forma violenta.

L'home massa, per Ortega, ve a ser la patologia social més important del seu temps. El triomf de la massa sobre l'individu representa una amenaça per a la democràcia i per a les minories, per a tot aquell que no pensi com ella, perquè és incivil i bàrbara i no té voluntat de conviure amb les minories. Les masses, a més de no acceptar l'autoritat de les minories, havien decidit ocupar el lloc de les elits i prendre el control social, sense deixar de ser masses.

Es pot dir que Ortega desenvolupa una visió anticipatòria del poder de les masses i del suport polític als totalitarismes del segle XX. Per Ortega el bolxevisme i el feixisme són exemples de moviments d'homes massa, dirigits per homes mediocres, primitius i sense consciència històrica, que no estan a l'alçada del seu temps i que conduiran a Europa a la barbàrie. A través de l'Estat, les masses actuen amb violència contra la independència de l'individu i imposen per la força, el seu nou ordre autoritari i antiliberal. Malgrat aquest diagnòstic negatiu, Ortega (1983, 205-206) s'atreveix a proclamar la superació dels nacionalismes violents i l'adveniment d'una etapa d'integració i unitat europea: "El «totalitarismo» salvarà al «liberalismo», destiñendo sobre él, depurándolo, y gracias a ello veremos pronto un nuevo liberalismo templar los regimenes autoritarios."

2.2. La crítica a la cultura de masses d'Adorno i Horkheimer

Cal situar l'emergència de la ràdio i dels mitjans de comunicació de masses, en el context de l'auge de la societat industrial de consum, en una fase avançada de la Modernitat capitalista, caracteritzada pel progrés tecnològic, la ideologia de la indústria cultural i l'adveniment dels totalitarismes a la primera meitat del segle XX.

Aquesta realitat històrica ha estat analitzada de forma crítica per Adorno i Horkheimer. A través de la seva anàlisi de l'autonomia assolida per la cultura de masses, se'ns desvetllarà també la seva concepció sobre la ràdio, que en el

següent apartat contrastarem amb la teoria productivista de la ràdio elaborada per Benjamin i Brecht.

En aquest apartat farem una breu exposició de la visió d'Adorno i Horkheimer sobre la ràdio, en el marc de la seva teoria crítica sobre la cultura de masses com indústria cultural⁶. Podem anticipar que hem pres en consideració especialment les referències a la ràdio que fan aquests autors al text "La indústria cultural. La Il·lustració com engany de masses", publicat per primera vegada el 1947⁷.

Els frankfurtians posen l'accent en la identitat existent entre cultura i massa, parlant de cultura de masses referida a les societats nord-americana i europea. Pels autors de l'Escola de Frankfurt, la massa, a més de transformar l'economia i les formes de vida, és sobretot la principal causant de la consolidació d'una societat capitalista avançada, fonamentada sobre el progrés tècnic i la transmissió industrial de la cultura. D'acord amb aquesta visió, Adorno i Horkheimer, ja no analitzaran la societat de masses, sinó la cultura que fa possible aquesta societat, l'anomenada cultura industrial de masses o cultura de masses a seques, que defineixen, d'una banda, per l'estreta relació que manté amb les innovacions tecnològiques i, d'altra banda, pel seu abast global, gràcies a la seva constitució en indústria cultural.

La posició d'Adorno i Horkheimer en relació a la cultura de masses és de rebuig. Però aquest rebuig, com apunta encertadament Cabot (2011, 137) no està motivat per cap posició elitista, per cap anhel d'una cultura minoritària o culta, sinó per considerar que la cultura de masses suprimeix l'espontaneïtat de l'individu, en el sentit de pèrdua d'autonomia i dels llaços comunitaris que donaven seguretat. I nosaltres afegirem també com a motiu general del seu rebuig: la consciència que la dominació social contemporània, s'exerceix de forma totalitària a través de la cultura de masses.

⁶ Amb cultura de masses, Adorno i Horkheimer no fan referència a una cultura sorgida de les masses, sinó a una cultura dirigida a les masses i orientada segons els interessos dels propietaris dels mitjans de producció.

⁷ Segons relata Juan José Sánchez a la introducció a l'edició castellana de Trotta de la *Dialèctica de la Il·lustració*, el text al qual fem referència va ser redactat inicialment per Adorno i revisat per Horkheimer. El segon manuscrit redactat per Adorno duia per títol: "L'esquema de la cultura de masses". Sánchez també ens informa que la versió definitiva recull aproximadament la meitat del text original d'Adorno, i que malgrat els autors es comprometeren a escriure una continuació, aquest text no va tenir mai una segona part.

Cabot (2011, 136) amplia l'horitzó interpretatiu de la crítica adorniana a la cultura de masses, insistint en la idea que la crítica d'Adorno –i que fa també, per extensió, Horkheimer- no es dirigeix únicament contra el caràcter mercantilista, monopolista i autoritari de la cultura de masses, sinó que s'orienta també, i de forma, molt nuclear, contra la tècnica social que afavoreix l'acceptació de la dominació.

Adorno i Horkheimer identifiquen una sèrie d'objectius prioritaris de la indústria cultural. El principal objectiu de la indústria és arribar a la massa per a què compri els seus productes, encara que per això sigui necessari realitzar falses promeses de felicitat. Per assolir aquest objectiu, la indústria cultural no dubtarà en promoure la infantilització social, un retorn a la minoria d'edat de la qual volia sortir Kant i la Il·lustració.

Un dels seus objectius més ambiciosos consisteix en transformar els mecanismes de percepció per afavorir que les masses consumeixin les mercaderies culturals, i equilibrin l'oferta i la demanda. Un altre objectiu de la indústria cultural és produir i unificar els desitjos i les necessitats individuals per a què s'ajustin a l'estandardització de mercaderies que ofereix el mercat cultural. Els propietaris dels mitjans tècnics de producció pretenen aprofitar-se de la debilitat dels individus per esclavitzar-los a les mercaderies, al seu consum, utilitzant-los com a principals agents de la seva reproducció.

La cultura de masses té un caràcter publicitari. Per Adorno i Horkheimer (2003, 208) la indústria cultural i la publicitat es confonen des del punt de vista tècnic i econòmic, és a dir, no hi ha indústria cultural sense publicitat. Aquesta confusió de l'art amb la mercaderia s'observa molt clarament si es comprèn la ràdio com a un mitjà privat de difusió dels reclams publicitaris que acompanyen la seva programació: "*Chesterfield* es sólo el cigarrillo de la nación, pero la radio es su portavoz". (Adorno i Horkheimer: 2003, 204). Per a què la publicitat sigui efectiva, s'haurà d'aconseguir establir un vincle afectiu amb els productes, una mena d'estat de satisfacció. El mecanisme més eficaç per crear aquest vincle és la repetició d'anuncis. La propaganda feixista, associada a la ràdio, és considerada com un cas particular de publicitat.

Fins i tot, quan la ràdio promet fer un servei públic i emetre algun programa sense publicitat, i per tant, quan sembla allunyar-se de la seva configuració com a mercaderia, està enganyant al públic, en la mesura que la ràdio, interpretada en un sentit més global, forma part de la cadena global de producció:

La estafa se cumple indirectamente a través de la ganancia de todos los productores unidos de coches y jabón que financian las estaciones de radio y, naturalmente, a través del crecimiento de los negocios de la industria eléctrica como productora de los aparatos receptores. (ADORNO I HORKHEIMER: 2003, 203-204).

Adorno i Horkheimer no accepten la interpretació del desenvolupament de la indústria cultural en termes tecnològics, com el resultat del desenvolupament autònom de la tècnica. Segons aquesta explicació, amb la qual discrepen, la massa consumidora hauria imposat l'ús de determinades tècniques de reproducció que hauria dut com a conseqüència una concentració de poder i uniformitat organitzativa, estructural i de continguts. Adorno i Horkheimer sostenen que són més bé els poders econòmics que controlen la tècnica de la indústria cultural els que produeixen i imposen a la societat les necessitats que només ells poden satisfer amb els mitjans tècnics que controlen, amb la producció i venda de béns culturals estandarditzats, idèntics onsevulla, i fabricats en sèrie. Segons aquesta visió, la tècnica seria l'instrument privilegiat del capital per exercir el monopoli econòmic i la manipulació i el control social.

Els mitjans de comunicació (premsa, cine i ràdio) per tant, formen part d'un sistema cultural, d'una indústria cultural, sotmesa al poder del capital, que produeix a tot arreu els mateixos productes d'ínfima qualitat –porqueria, segons Adorno i Horkheimer (2003, 166)–. El cine i la ràdio es defineixen obertament com un negoci més, sense embuts ni ocultaments: “se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos” (Adorno i Horkheimer: 2003, 166).

A més, Adorno i Horkheimer (2003, 168) observen que la indústria cultural formada pels mitjans tècnics de comunicació implica que aquests mitjans estan

interconnectats i a la vegada que formen part d'un mateix sistema ideològic i econòmic:

la dependencia de la más poderosa compañía radiofónica de la industria eléctrica, o la del cine respecto de los bancos, define el entero sector, cuyas ramas particulares están a la vez económicamente coimplicadas entre sí.

Pels frankfurtians, la ràdio és el mitjà privilegiat que representa la forma més avançada de la cultura de masses, fins i tot més que el cinema, en la mesura que consideren que la ràdio està totalment integrada i identificada amb el sistema capitalista i de la lògica totalitarista. Segons el seu punt de vista, la ràdio contribueix de manera decisiva, a causa de la seva estructura tècnica i del seu funcionament, a l'apologia de les mercaderies i a la propaganda i persuasió, no només comercial, sinó també política. I en el seu sentit més polític, esdevé un aparell clau per sostenir la ideologia dominant i garantir així l'avanç de la racionalització instrumental i tècnica i de la barbàrie també en el món de l'art.

En l'època que escriuen Adorno i Horkheimer, dominada per la indústria cultural, les masses consumidores estan sotmeses al poder del capital. La indústria cultural arriba a l'àmbit privat i influeix en la psicologia dels individus, creant homes obsolescents, absolutament substituïbles, consumibles, indiferenciats, simples objectes, desposseïts de la seva subjectivitat, dòcils i amb necessitats homogènies. L'individu forma part així d'una massa indiferenciada, està totalment alienat i cossificat, a causa de la seva absoluta identificació amb l'estandarització dels productes culturals i de la seva pèrdua d'autonomia i d'imaginació i incapacitat per pensar per si mateix. Aquest estat psicològic és l'ideal per sotmetre's a les necessitats planificades de producció de béns culturals i per col·laborar amb la reproducció capitalista.

Aquesta pèrdua d'autonomia individual es fa evident també a la ràdio. Segons Adorno i Horkheimer (2003, 166-167) l'emergència de la ràdio ha suposat la pèrdua d'autonomia del subjecte de la que gaudia anteriorment com emissor, durant l'època dominada per la tècnica de la comunicació telefònica: "La radio, democrática, convierte a todos en oyentes para entregarlos

autoritariamente a los programas, entre sí iguales, de las diversas emisoras.” Aquesta reflexió apunta també a una falsificació de la competència, o dit d’una altra manera, a l’existència d’un monopoli dels mitjans tècnics.

Segons Adorno i Horkheimer (2003, 171) els productors de la indústria cultural han transformat la percepció i l’experiència dels consumidors culturals, atrofiant la imaginació i l’activitat pensant i convertint la realitat viscuda en una prolongació de la ficció cinematogràfica o radiofònica. D’aquesta manera, els mitjans tècnics esdevenen un gran indústria de producció de conformisme.

La producció capitalista encadena també als consumidors al conformisme: “ese conformismo se contenta con la eterna repetición de lo mismo”. Adorno i Horkheimer (2003, 178) es refereixen aquí a la repetició com una de les característiques essencials de la cultura industrial. La indústria cultural consisteix en la repetició de continguts, en la seva capacitat de produir una i una altra vegada les mateixes mercaderies culturals que han estat un èxit de vendes. I com que no volen córrer cap risc, mantenen l’interès dels consumidors, proporcionant-los la sensació de novetat, a través de l’increment del ritme de producció i reproducció i de la introducció de millores tècniques en la reproducció.

La indústria de la cultura és una indústria de la diversió que ofereix al consumidor de forma paradoxal una evasió de la vida quotidiana i del treball posant com a models de paradís la pròpia vida quotidiana i el treball, dels quals ja no hi ha fugida possible. D’aquesta manera la diversió acaba promovent finalment la resignació i negant el sentit de la distracció mateixa. Però l’engany de la indústria cultural no es troba tant en la falsa promesa que desperta en el públic l’esperada fugida de la vida quotidiana que no s’acaba produint, sinó en la castració del plaer i la felicitat que podria haver experimentat si la diversió no hagués tingut un caràcter prefabricat i fos deixada a la seva espontaneïtat. L’entreteniment forma part del negoci de la cultura, està mediat culturalment, i a més, només s’hi pot accedir indirectament, en la reproducció, “a través de la fotografía del cine y de la grabación radiofónica”. (Adorno i Horkheimer: 2003, 188). Però el pitjor de la diversió dirigida per la indústria cultural és que allibera al pensament de l’acció mateixa de pensar, a través de la reproducció

d'escenaris i situacions viscudes i de la reclusió en una experiència tancada, impedit la creació de nous estímuls per imaginar situacions i escenaris nous i alternatius als viscuts. És així com les masses queden recloses dins una gàbia de ferro, per dir-ho en termes weberians.

La cultura industrialitzada ha suprimit la cultura de l'esforç, substituint-la per la religió de l'èxit, ha venut la idea que l'esforç i el treball no són determinants per assolir la fama, que aquesta depèn exclusivament de l'atzar, un atzar que paradoxalment, és planificat i controlat pel capital.

Adorno i Horkheimer relacionen la ràdio no només amb el capitalisme, sinó també amb el nazisme, comprenen clarament que els nazis perceben les potencialitats de la ràdio com a un mitjà de propaganda i persuasió política privilegiat per guiar políticament a les masses: "los nazis sabían que la radio daba forma a su causa, lo mismo que la imprenta se la dió a la Reforma" (2003, 204). Així pels frankfurtians la ràdio esdevé portaveu ideològic del nazisme.

En definitiva, ni la ràdio ni la resta d'avenços tecnològics fan més humana la vida dels homes, sinó que són poderosos mecanismes ideològics i productius d'integració social, de generació d'ordre i consens i de manteniment de les masses explotades i dominades dins el sistema.

2.3. Teoria productivista i revolucionària de la ràdio de Walter Benjamin i Bertolt Brecht

Benjamin estudia, com Adorno i Horkheimer, la relació entre la cultura i els mitjans de reproducció tècnica, proporcionant algunes claus per entendre les conseqüències dels nous mitjans tècnics de reproducció massiva, especialment del cinema i la fotografia, però també, de la ràdio, materials sobre els quals treballen, i l'impacte que provoquen sobre els individus que produeixen o consumeixen els nous objectes culturals.⁸

En aquest context tècnic dominat per la cultura de masses, Benjamin i Brecht desenvolupen les seves reflexions sobre la ràdio, encaminades a la

⁸ Les fonts on Benjamin exposa les conseqüències dels canvis en els mitjans de producció cultural es troben a *Experiència i pobresa* (1933), *El autor como productor* (1934) i *L'obra d'art en l'època de la seva reproductibilitat tècnica* (1935).

transformació d'aquest mitjà i posar-lo al servei de la causa revolucionària, i adequar-lo per exercir la crítica social. D'una banda, Benjamin formula una teoria de la ràdio productivista, basada en la seva refuncionalització; i d'altra banda, Brecht aposta per una teoria de la ràdio igualment productivista, però basada en la seva teoria del teatre. Ambdós autors, com veurem, coincideixen en apostar per una ràdio educativa, política i revolucionària.

D'entrada començarem exposant la seva relació directa amb la ràdio, en tant que autors, productors, guionistes i locutors. A continuació donarem a conèixer algunes de les seves reflexions generals sobre aquest mitjà de comunicació i entrarem a analitzar la teoria de la ràdio productivista, d'orientació didàctica i política, fent especial incidència en els elements literaris i teatrals que aporten Benjamin i Brecht. Acabarem aquest apartat comparant la posició de Benjamin en relació a la capacitat transformadora de la ràdio en comparació amb la posició negativa d'Adorno i Horkheimer.

2.3.1. L'experiència radiofònica de Benjamin i Brecht

Benjamin va contribuir al desenvolupament de la ràdio en els seus inicis. Entre 1927 i 1932, va treballar de forma regular per a *ràdio Frankfurt*⁹ i ràdio Berlín, fent aportacions experimentals, guions radiofònics i locucions de caràcter divulgatiu i pedagògic.¹⁰ L'experiment radiofònic de Benjamin tenia moltes semblances amb el teatre didàctic de Brecht, del qual parlarem més endavant.

Brecht va pensar la ràdio i va treballar per ella, programant obres de radioteatre, un gènere que estava molt de moda en aquells primers anys de

⁹ Benjamin va iniciar la seva col·laboració amb *ràdio Frankfurt* gràcies a l'amistat amb Ernst Shoen, un antic company d'estudis, que en aquell temps ocupava el càrrec de director de programes en l'esmentada emissora.

¹⁰ Benjamin va escriure al manco un total de 87 textos o guions radiofònics, entre 1927 i 1933. Entre els 87 textos als quals fem referència n'hi ha 34 que s'han perdut. A més, se sap que Benjamin va planejar o començar a escriure altres textos que mai varen ser radiats i sobre els quals no es conserva cap registre escrit. Malauradament, tampoc es conserva cap emissió radiada amb la veu de Benjamin, que se sap que llegia el seus propis guions.

radiodifusió.¹¹ El dramaturg Bertolt Brecht recorda al seu escrit *Teoria de la ràdio*, haver sentit a parlar d'aquest mitjà de comunicació per primera vegada a una vinyeta humorística d'un diari, de la qual es desprenia que la ràdio no era simplement una moda passatgera, sinó un mitjà que representava d'alguna manera l'època moderna.

Segons hem pogut documentar, Brecht va col·laborar amb la ràdio en diverses ocasions, al manco en sis oportunitats: el 18 de març del 1927 *ràdio Berlín* va programar la seva obra *Un home és un home*, dirigida per Alfred Braun. El 14 d'octubre del mateix any, *ràdio Berlín* va emetre l'adaptació de Brecht del *Macbeth* de Shakespeare, dirigida per Alfred Braun i presentada pel propi Brecht. El 22 de maig del 1929 Ràdio Frankfurt va retransmetre la cantata, el Rèquiem berlinès, composta per Kurt Weill, a partir de poemes escrits per Brecht sobre morts oblidats, i per encàrrec de la pròpia ràdio. El 31 de gener del 1931 *ràdio Berlín* va emetre l'adaptació de Brecht de l'obra *Hamlet* de Shakespeare, dirigida per Alfred Braun. L'11 d'abril del 1932 *ràdio Berlín* va emetre *Santa Joana de los Mataderos*, una obra dirigida per Alfred Braun i produïda per a la ràdio. El 12 de maig del 1940 ràdio Beromünster de Berna va emetre l'obra de teatre de Brecht *El procés de Lucul·le*.

La ràdio va proporcionar a Brecht la possibilitat d'introduir innovacions expressives que aprofitaria posteriorment en les seves produccions teatrals. Aquesta experiència creativa també li serà útil per elaborar les seves reflexions sobre la ràdio, que coneixerem progressivament en els propers apartats del treball.

La ràdio, en el seus inicis, també va despertar l'interès d'altres filòsofs. Theodor W Adorno, per exemple, va arribar a dictar cursos de sociologia a través de la ràdio. També era freqüent l'emissió de programes amb continguts filosòfics.

Benjamin va participar en emissions de ràdio, en directe, que no es varen enregistrar i que per aquest motiu, malauradament avui en dia no estan disponibles. Eren esdeveniments efímers, que una vegada emesos

¹¹ Potser no sigui gaire conegut, però la ràdio pública espanyola va emetre diverses obres de radioteatre de Brecht durant els anys del tardofranquisme i de la transició a la democràcia (entre 1964 i 1978).

desapareixien des d'un punt de vista material. Aquestes limitacions inicials de la ràdio la definien com a mitjà. La ràdio quedava definida també per la condició d'immaterialitat del locutor. El locutor és una veu desconnectada del seu cos, que ha de ser capaç de transformar les coses visuals en sons. La veu del locutor és acusmàtica, en el sentit que és una veu deslligada de la seva font corpòria d'origen. És també una veu amb capacitat de ser escoltada a grans distàncies.

En el cas de Benjamin, cal tenir present que els treballs radiofònics que va realitzar formaven part d'un procés creatiu que partia de l'escriptura d'uns textos destinats a ser escoltats, així encara que no existeixi un registre sonor de les emissions, es conserva en format mecanografiat una part significativa dels guions radiofònics.

Lecia Rosenthal, la responsable de l'edició del llibre *Radio Benjamin*, que recull els treballs radiofònics de Benjamin, cita, en el seu estudi preliminar¹², un estudi de Schiller-Lerg, en el que classifica els textos de Benjamin en vuit categories, que són: contes, conferències, hora de llibres, converses, comèdies, model d'audició i joventut i escola.

És important tenir en compte el poc interès que ha despert en els estudiosos de Benjamin els seus escrits sobre ràdio. Segurament ha tengut a veure amb aquest desinterès, la valoració negativa que en feia el propi Benjamin de la majoria d'aquests treballs, a la seva correspondència.¹³ Si bé, Benjamin salvava les comèdies radiofòniques per a nins, com "Els aldarulls de Kasperl" o "El cor fred".

Adorno també contribueix a aquesta desconsideració destacant que els treballs de Benjamin per a la ràdio eren obres d'encàrrec, molt ben remunerats, però que no valorava gaire des del punt de vista intel·lectual, encara que li proporcionaven ingressos suficients per poder dedicar-se a escriure altres obres.

¹² L'estudi preliminar al qual fem referència duu per títol "Walter Benjamin en la radio: una introducció".

¹³ El menysteniment de Benjamin per la seva feina a la ràdio queda ben palès a la correspondència amb el seu amic Scholem, publicada al llibre Benjamin, W. i Scholem, G. (2011). *Correspondencia 1933-1940*. Trotta, Madrid.

En aquesta polèmica entorn al valor dels treballs radiofònics en relació al conjunt de les seves obres, alimentada pel propi Benjamin, és important posar un punt d'equilibri, aportant alguns elements positius.

Els treballs radiofònics de Benjamin han contribuït a millorar la comprensió sobre alguns temes benjaminians, com la memòria, el llenguatge, el teatre, el col·leccionisme, la història, la cultura popular, la literatura, especialment la infantil, entre d'altres. També pot contribuir a revaloritzar els textos per a la ràdio, conèixer que Benjamin presenta en aquest mitjà alguns dels seus projectes literaris, anticipant així en forma d'esbós, algunes de les reflexions i descripcions que després formaran part dels seus llibres. A la ràdio anticipa descripcions sobre Berlín durant la seva infantesa¹⁴, i fragments que trobarem inclosos més endavant en el *Llibre dels passatges* o els llibre sobre les juguetes i el haixix. A més, els textos per a la ràdio ens proporcionen un testimoni sobre la vessant més creativa de Benjamin, ens mostren el seu estil literari, i ens permeten conèixer un Benjamin més creatiu que crític literari.

La seva experiència radiofònica ajudarà a Benjamin a formular la seva teoria sobre la funció política i pedagògica, a la vegada que li permetrà posar-la a prova, transformant per exemple, a l'oient de subjecte passiu en actiu, o bé exposant el seu model pedagògic a través de les històries per a nens, o construint històries per presentar la dimensió política ambivalent de la ràdio, donant a entendre la funció de la ràdio com aparell de resistència, però també de vigilància.

2.3.2. Reflexions generals de Benjamin i Brecht entorn a la ràdio

La teoria radiofònica de Benjamin està vinculada a la idea de l'autor com a productor. Ens ajudarà en la reconstrucció de les seves idees generals de la ràdio, extretes del seu seu assaig menor titulat *El autor como productor*,¹⁵ i

¹⁴ Existeix una versió en català del 2013 d'aquesta obra, editada per Leonard Muntaner amb el títol de *Infància a Berlín cap al 1900*.

¹⁵ *El autor como productor* és un text de Benjamin que recull la conferència que va impartir el 27 d'abril de 1934 a l'Institut per a l'Estudi del Feixisme, fundat a París pels exiliats polítics alemanys que havien fugit de la persecució nazi.

també d'alguns textos breus agrupats i publicats amb el títol genèric de “Escritos sobre la radio no radiados”.¹⁶

Les idees de Brecht sobre la ràdio, la posen al servei de la causa revolucionària d'emancipació social, i no estan exposades de forma gens sistemàtica, formen part d'unes breus reflexions escrites entre els anys 1927 i 1932, conegudes amb el títol de “Teorías de la radio”.¹⁷

Benjamin parteix de la necessitat de sotmetre a examen el treball dels autors, que com ell, produeixen continguts culturals, que en el seu cas són tant literaris com radiofònics. Això implica analitzar el seu propi treball com a escriptor i com a creador de continguts radiofònics.

Aquest punt de partida el duu a la necessitat de pensar la relació de la seva activitat intel·lectual amb les relacions de producció i els mitjans (tècnics) de producció, representats per la premsa en particular, i pels mitjans de comunicació en general, és a dir, de pensar el lloc que ha d'ocupar un escriptor o intel·lectual en el marc marxista de la lluita de classes.

Benjamin considera que és fonamental captar l'interès dels oients per la ràdio i millorar les seves competències comunicatives. Amb aquesta intenció reflexiona sobre els obstacles tècnics i formals que impedeixen la popularització d'aquest mitjà. Segons Benjamin l'element clau per captar l'atenció de l'oient és la bona dicció, la veu i el llenguatge utilitzat.

Benjamin (2015a, 382) pensa en fórmules de popularització de la ràdio, lligades a les característiques tècniques del mitjà, en la creació de models d'audició que siguin capaços d'extreure situacions de la vida quotidiana. En aquest sentit sosté que “no basta con atraer el interés con cualquier curiosidad pasajera para luego ofrecer al oyente curioso lo que puede oír en cualquier conferencia”.

¹⁶ Aquests escrits reuneixen cinc textos breus: “Reflexions sobre la ràdio”, “Teatre i ràdio”, “Dos tipus de popularitat”, “la situació de la ràdio” i “Models d'audició”, publicats en castellà, al final del llibre Radio Benjamin (2015).

¹⁷ Baix aquest títol s'agrupen cinc escrits: “La ràdio: un descobriment antediluvià”, “Suggeriments als directors artístics de la ràdio”, “Aplicacions”, “Comentaris a Vol transoceànic”, “La radiodifusió com a mitjà de comunicació”. No és un títol gaire afortunat, ja que no reflecteix el caràcter fragmentari i inconclús dels textos, que a més no tenen una estructura formal massa desenvolupada. Però, s'ha de dir en sentit positiu, que proporcionen una visió lúcida i coherent sobre el fenomen radiofònic.

En una primera fase, la ràdio ha de guanyar-se un espai entre la multitud d'invents que competeixen per cridar l'atenció de les masses. A la societat industrial de masses, primer es fabrica un producte i després ha de demostrar la seva utilitat. O com dirà Brecht (2003, 12): "No era el público quien había esperado la radio, sino la radio que esperaba al público".

Però la ràdio com aparell tècnic, per a Brecht parteix amb un avantatge respecte d'altres mercaderies i és que sintetitza molt bé l'admiració que desperta en les masses la tecnologia en general. Brecht fa una referència puntual a aquest aspecte de la ràdio en el poema autobiogràfic titulat explícitament "Balada del pobre Bertolt Brecht" (1927), on destaca la capacitat tecnològica de l'home modern per construir edificis, però també antenes de ràdio: "Así construimos los largos edificios de la península de Manhattan y las finas antenas que al Atlántico entretienen". (Brecht: 1999, 9). És com si Brecht interpretàs que la massa pot sentir-se interessada per la ràdio a causa d'una mena d'interès simbòlic, en tant que aparell material que resumeix el gran poder tècnic assolit per la humanitat, i no pas pels continguts concrets que produeix, ni per la música o les informacions que transmet.

D'aquesta manera, Brecht percep en la ràdio un gran potencial revolucionari. Però per a què realment acompleixi aquesta funció, la ràdio ha de deixar de ser un aparell de distribució, unidireccional i orientat a l'àmbit privat i a receptors individuals aïllats, i s'ha de transformar-se en mitjà de comunicació. Per això, és necessari canviar la funció sobre la que gira la producció artística i la producció social. Per a Brecht la funció fa referència tant a la tècnica estètica com a les condicions artístiques de producció. La idea que resumia la seva proposta radiofònica era la de refuncionalització. Brecht pensava que els canvis funcionals en l'art i els mitjans de comunicació, orientats a eliminar la divisió entre la producció i el consum, tendrien conseqüències polítiques democratitzadores, en la desitjada transició cap al socialisme.

Benjamin assumeix el concepte de refuncionalització de Brecht i l'aplica a la ràdio com una reorganització estructural entre emissor i receptor, i en un sentit més general, com una reordenació de les relacions entre escena, autor i públic.

Brecht considera que la ràdio ha d'acomplir una funció social, però no ho està fent, perquè s'està usant com aparell de distribució, en comptes d'aprofitar també les seves capacitats de recepció, només és usat com aparell de transmissió. La idea de Brecht és transformar la ràdio des de dedins, aprofitant la seva inclinació propagandística per propagar les idees revolucionàries de canvi social.

Brecht (2003, 12) alerta del perill que la ràdio no evolucioni i es quedi limitada a ser un simple aparell d'entreteniment, com un passatemps, o amb una influència restringida a l'àmbit privat, exercint una funció familiar "para volver a hacer más íntimo el hogar y la vida familiar". Per això necessita evolucionar, passar a acomplir la funció de mitjà de comunicació de la vida pública, però per aconseguir-ho ha de superar al manco dues dificultats: la manca d'oients i de continguts interessants pels oients potencials: "Un hombre que tiene algo que decir y no encuentra oyentes, está en una mala situación. Pero todavía están peor los oyentes que no encuentran quien tenga algo que decirles". (Brecht: 2003, 6).

Com despertar l'interès del públic per la ràdio? Brecht està convençut que la causa de la manca d'oients és que la ràdio no proporciona continguts prou interessants. A partir d'aquest diagnòstic, Brecht proposa introduir millores en les produccions radiofòniques que despertin major interès del públic per la ràdio, com produir continguts culturals específics per aquest mitjà, composicions musicals o novel·les acústiques, i incorporar millors especialistes. Es mostra també favorable a introduir innovacions que superin la divisió existent entre emissor i receptor, apostant per un públic més actiu. Aquesta idea de ràdio participativa va ser posada en pràctica a "Vol transoceànic"¹⁸, una

¹⁸ La peça "Vol transoceànic", inicialment titulada com "El vol de Lindbergh", va ser estrenada el 1929 en el Festival de Música de Baden-Baden. El propi Brecht en les condicions de radiodifusió explica a l'emissora perquè ha de substituir-se el nom de Lindbergh. Brecht defensa l'eliminació del nom de Lindbergh per les estretes relacions que el pilot va mantenir amb els nazis. En el pròleg que havia de llegir-se abans de l'emissió de "Vol transoceànic", Brecht justifica el canvi de nom de la peça amb aquests versos que transcrivim literalment: "Oiréis ahora/ el informe sobre el primer vuelo transoceánico/ de mayo de 1927. Un hombre joven/ lo realizó. Triunfó/ sobre la tempestad, el hielo y las aguas voraces. No obstante,/ sea su nombre eliminado, pues/ aquél que supo encontrar su camino en las confusas aguas/ se perdió en el pantano de nuestras ciudades. Ni la tempestad ni el hielo/ lo vencieron, pero lo venció/ su semejante. Una década/ de fama y riqueza y el desdichado/ enseñó a volar a los carniceros de Hitler/ con bombarderos mortíferos. Por eso/ sea su nombre eliminado. Vosotros, empero/

obra escrita per a la ràdio, tal vegada la més coneguda de les que va compondre per aquest mitjà, una peça radiofònica pedagògica per nens i nines, on elogia i celebra el domini tecnològic de la naturalesa a la vegada que experimenta una sèrie d'innovacions estructurals coherents amb la seva concepció de la funció comunicativa de la ràdio, que vol servir de model per als mitjans de comunicació. Meech descriu la posada en escena d'aquesta obra a la ràdio:

El escenario fijado de la representación de 1929 de «Vuelo Transoceánico» mostró la división entre apparatus y oyente. En el lado izquierdo del escenario estaba la orquesta de la radio, con los cantantes y los aparatos técnicos; a la derecha estaba el oyente, que recitaba y cantaba la parte del piloto. El muro posterior del escenario servía como fondo para la explicación escrita de la tesis subyacente de la pieza. (THOMSON, P. I SACKS, G.:1998,114).

Brecht es dirigeix també als directors artístics, i els proposa que no es precipitin a l'hora de programar, que no es limitin a reproduir notícies, que mirin d'informar sobre l'actualitat d'una altra manera, a través d'entrevistes i donant veu als propis protagonistes: “Opino, pues, que ustedes deberían acercarse más a los acontecimientos reales con los aparatos y no limitarse solamente a la reproducción o la información”. (Brecht: 2003, 7). Moltes d'aquestes propostes s'han incorporat a la ràdio actual i ja no criden l'atenció perquè formen part de la seva rutina.

La clau de la concepció brechtiana de la ràdio es troba en la transformació de la massa en audiència activa i crítica. Una vegada, la massa formi part activa de la ràdio, serà possible que prengui directament el control del mitjà i el transformi en un autèntic mitjà de comunicació al servei de la majoria social. La ràdio com a mitjà de comunicació socialitzat esdevindrà una expressió didàctica i dialèctica al servei del progrés i l'emancipació social.

Precisament, en els “Comentarios a «Vol Transoceánico»” escrits el 1930, Brecht fa referència al paper de l'oient en la transformació de la ràdio. Segons Brecht (2003, 10) la transformació de la ràdio en un mitjà de comunicació requereix que els oients es rebel·lin i adquireixin competències i habilitats

estáis advertidos: no sólo el coraje y el conocimiento/ de motores y cartas marinas, llevan al asocial/ a la epopeya”.

suficients per ser productors de continguts. Brecht imagina així uns oients que assumeixen el control de la producció i que socialitzen la ràdio com a mitjà de producció cultural.

Encara que Brecht no en parla gaire, és evident que esperava que les seves teoritzacions sobre la ràdio generarien una forta oposició per part dels poders econòmics propietaris de la ràdio i de la resta de mitjans tècnics.

2.3.3. La funció política de la ràdio a Benjamin i Brecht

Per tal d'entendre la concepció política revolucionària i pedagògica de Benjamin sobre la ràdio i els mitjans de comunicació en general, és convenient aproximar-se a la concepció de Benjamin sobre l'escriptor compromès.¹⁹

Segons la seva orientació socialista, Benjamin defensa la tesi que l'autor ha de transformar els mitjans de producció, els mitjans tècnics, i no limitar-se a produir continguts per als mitjans. Per a Benjamin no basta amb elaborar continguts revolucionaris. Benjamin (1966:16) ho diu textualment així:

abastecer un aparato de producción sin transformarlo en la medida de lo posible es un procedimiento sumamente impugnabile incluso cuando los materiales con que se le abastece parecen ser de naturaleza revolucionaria.

De fet, Benjamin no només dirà que la tendència política de la seva obra o solidaritat ideològica de l'escriptor amb el proletariat serà insuficient per transformar la seva situació d'opressió, sinó que pot arribar a perpetuar-la, d'una manera indirecta, actuant de forma contrarevolucionària. La sortida d'aquesta paradoxa passa pel fet que l'autor assumeixi la funció de productor, que s'empoderi de la producció artística, de la mateixa manera que l'obrer es fa amb el control dels mitjans de producció a les fàbriques. Aquesta proposta està

¹⁹ Benjamin considera que als autors d'esquerres i socialistes els acompanya un caràcter compromès amb la transformació social i amb la defensa dels interessos de la classe proletària. Avui en dia aquesta identificació s'ha tornat molt problemàtica, per diverses raons, entre les quals destacam la manca de consciència de classe o la reivindicació de l'autonomia ideològica per part dels propis autors com un valor progressista i d'esquerres.

en consonància amb el que hem esmentat en relació a Brecht a pàgines anteriors.

Brecht defensava la democratització de la ràdio, implicant emissors i receptors en l'elaboració dels continguts i de la programació, donant veu a la gent del carrer i posant en entredit als poderosos:

la radio tiene *una* cara donde debería tener dos. Es un simple aparato distribuidor, simplemente reparte (...) La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los oyentes en abastecedores. (BRECHT: 2003, 13).

Benjamin comparteix la idea de Brecht de superar aquesta divisió entre professionals de la comunicació i públic, que es produeix en el mitjà radiofònic, però també a altres mitjans de comunicació, com els periòdics. Pensa que la capacitat democràtica de la ràdio es pot desenvolupar si se supera la tendència a la unidireccionalitat:

Hasta un niño se da cuenta de que a la radio le interesa poner el micrófono delante de cualquier persona con cualquier motivo; hacer al público testigo de entrevistas y conversaciones en las que se da la palabra a este o aquel. (BENJAMIN: 2015a, 375).

Benjamin i Brecht coincideixen en la seva proposta de transformar la ràdio per a què sigui un mitjà del poble davant de l'amenaça d'una ràdio estatal basada en un sistema de *boadcasting*, per evitar que es consolidi un model elitista de difusió amb pocs emissors i molts de receptors.

La ràdio segons Brecht havia de ser un canal de control democràtic, on els polítics donassin compte de les seves decisions i haguessin de respondre a les preguntes dels governats, de fet, les intervencions dels governants haurien de partir de les preguntes dels governats.

La ràdio també hauria de dur a l'esfera pública i debatre els conflictes socials. Per a Brecht (2003, 13) "todos los esfuerzos de la radiodifusión en

conferir realmente a los asuntos públicos el carácter de cosa pública, son absolutamente positivos”.

La democratització de la ràdio, defensada tant per Benjamin com per Brecht, no tenia un sentit abstracte, tenia que veure amb el desig de treballar per la col·lectivització de la ràdio, per posar-la al servei del socialisme. Tornam a fer referència a la peça “Vol transoceànic” de Brecht, aquesta vegada per fer notar el compromís amb la causa socialista. Segons la nostra interpretació, més enllà de la glorificació de la proesa tecnològica que va suposar realitzar amb èxit el primer vol que va travessar l’atlàntic, hi ha una voluntat de capacitar els individus per formar part d’una comunitat que cerca emancipar-se. En el text, el pilot, que representa l’individu, manifesta que la seva proesa no és en realitat el resultat d’una acció individual, sinó que és un èxit compartit amb els treballadors que han produït l’avió:

Soy tal y cual. Por favor, llevadme
A un cobertizo oscuro, para que
nadie vea
mi natural debilidad.
Pero decid a mis camaradas de las fábricas
Ryan en San Diego
que su trabajo ha sido bueno.
Nuestro motor resistió.
Su trabajo fue perfecto. (THOMSON, P. I SACKS, G.:1998, 114)

La politització de la ràdio passa també per ampliar les bases dels productors i dels receptors de continguts, per evitar que la ràdio es converteixi en un mitjà elitista al servei dels interessos del capital.

Tant Brecht com Benjamin tenen molt clar que les seves propostes d’introduir innovacions a la ràdio per reorientar el seu ús cap a l’interès de la comunitat, estan al servei l’ambició objectiu polític de sacsejar l’ordre establert, de formar les masses per avançar cap a un nou ordre social socialista.

Els plantejaments de Brecht sobre la ràdio continuen vigents avui en dia, on el radiooient continua relegat a ser un oient aïllat i passiu que consumeix

continguts, però que gràcies al desenvolupament d'Internet, disposa d'un mitjà privilegiat que utilitza per compartir amb altres usuaris, les seves pròpies publicacions. El problema és que molts dels continguts que es produeixen són banals i intrascendents, que s'ha acabat imposant el model de ràdio com a mitjà d'entreteniment i de propaganda, amb una interacció igualment despolititzada. D'altra banda, l'estat exerceix un control ideològic, a través de la concessió de llicències d'emissió, expulsant de l'espectre de la radiodifusió emissores locals comunitàries, i exercint un control a favor dels interessos dels grans grups de comunicació d'abast global.

Hi ha hagut moments històrics, en els quals les anomenades ràdios lliures, comunitàries i de caràcter no lucratiu, han tingut una important presència i influència social. En el cas espanyol, l'època daurada de les ràdios lliures va esdevenir durant els anys 80 i 90 del segle XX.

El desenvolupament de programes i de plataformes digitals de comunicació i la generalització de les xarxes socials són elements que han transformat el panorama audiovisual, proporcionant noves oportunitats democratitzadores amb capacitat per disputar l'hegemonia dels mitjans convencionals.

2.3.4. La funció pedagògica de la ràdio a Benjamin i Brecht

La separació en el present estudi de la funció política i pedagògica de la ràdio, no forma part dels plantejaments dels autors, sinó que respon senzillament a una intenció d'exposar les seves teories sobre la ràdio, amb major claredat. La nostra tesi és que la política i l'educació conflueixen en la ràdio i mantenen una relació de caire dialèctic.

Què vol dir educar per a Benjamin? Educar, en el context de les seves reflexions sobre la ràdio i el teatre proletari, vol dir despertar la consciència crítica.

Benjamin havia defensat a la seva joventut, durant la seva època d'estudiant, una reformisme educatiu d'inspiració idealista i kantià. Però a mitjans dels anys 20 es produeix un gir cap a una educació proletària. Aquest gir s'explica per la

influència d'Asja Lacis, de Bertolt Brecht i de l'experiència entorn a la Revolució russa adquirida al seu viatge a Moscou²⁰.

A partir del seu viatge a Moscou, Benjamin va pensar l'educació proletària dels infants en relació amb el teatre popular. En aquest moment té la possibilitat de posar en pràctica les seves idees teòriques sobre l'educació a través de la ràdio, on desenvolupa una experiència radiofònica d'educació popular, orientada especialment a nins i joves.

Per a Benjamin tenen un paper clau en la transformació social la narració, la comunicació i l'educació, i la ràdio. Benjamin entenia que la ràdio podria complir amb la seva funció educadora si era capaç d'adaptar-se als objectius i plantejaments d'una educació popular.

Quant a l'orientació de la ràdio cap a una educació popular, una de les claus consisteix en elaborar materials adaptats al mitjà. Benjamin està pensant en el potencial educatiu de les comèdies radiofòniques, construïdes a partir d'un saber viu i no abstracte. Això s'aconsegueix estant atent a les investigacions sobre la sociologia del públic i incorporant en les comèdies els debats i les converses mantingudes en cafès, places i carrers, entorn a les qüestions més diverses i en aparença, més superficials. Diu Benjamin (2015a, 383): "Reconstruir los debates sobre los precios de los libros, los artículos de los periódicos, los escritos satíricos y las novedades editoriales", però també plantejant les qüestions culturals i literàries de forma ben directa, evitant fer servir "conversaciones artificiosas basadas en antologías y fragmentos de obras y cartas, ni dar por buena la audacia de hacer hablar ante el micrófono a Goethe o Kleist el lenguaje del guionista". (Benjamin: 2015a, 382).

Brecht (2003, 8) té clar que l'art i la ràdio s'han de posar al servei de la joventut i de la seva educació. La reorientació de la ràdio cap aquests fins pedagògics, no és senzilla, perquè existeixen alguns obstacles de caire polític, com el fet que la ràdio pública controlada per l'estat no tengui cap interès en educar la joventut a favor de les idees socialistes. D'aquí la necessitat de col·lectivitzar-la.

²⁰ Aquestes influències donen com a resultat l'assaig *El programa per a un teatre infantil proletari*, així com *Els Diaris de Moscou*.

Per aproximar la ràdio a la joventut, Brecht (2003, 15) proposa que la radiodifusió adopti el model del seu teatre èpic:

con su carácter numérico, su alejamiento de los elementos, esto es, la separación entre imagen y palabra y entre las palabras y la música, pero sobre todo su actitud didáctica, tendría para la radio una infinidad de sugerencias prácticas

Brecht (2003, 15) defensa a més la col·laboració de la ràdio amb el teatre èpic, entès com a una representació pedagògica-documental, no només com un exercici buit d'estètica. Brecht aporta algunes idees sobre com es podria concretar aquesta col·laboració, pedagògicament orientada:

La radio podría transmitir los coros al teatro, de la misma manera como podría dar a conocer públicamente las decisiones y producciones del público, resultado de actos colectivos tipo *meetings* con piezas instructivas, etc.

En el teatre èpic hi ha una dialèctica superior que traspasa totes les dialèctiques internes, és la que sorgeix a partir de la relació entre coneixement i educació. Segons Benjamin (1966, 18) en el teatre èpic de Brecht aquesta relació no està mediada, sinó que sorgeix de forma espontània, però és diferent en el públic i en l'actor:

el teatro épico, tienen un efecto educativo inmediato, así como el efecto educativo del teatro épico se convierte inmediatamente en conocimientos, que, sin duda, pueden ser específicamente diferentes en el actor y en el público.

Benjamin (1966, 7) interpreta que hi ha una voluntat política en la temptativa de Brecht de provocar que el públic s'interessi pel teatre: "En el intento de despertar el interés del público por el teatro, con sentido profesional, pero no pasando por alto el aspecto educativo, se introduce una voluntad política".

L'orientació didàctica del teatre èpic de Brecht és possible segons Benjamin, a partir del fet que cada espectador es pot convertir en intèrpret singular de l'obra, de la mateixa manera que ho fa l'actor. I això és possible a causa de la simplificació exterior i de la renúncia de l'espectador a la commoció i a la

identificació sentimental amb l'heroi pròpia de la concepció del teatre dramàtic formulada per Aristòtil. El teatre èpic cerca provocar l'astorament en comptes de la identificació amb el destí colpidor de l'heroi, crear distanciament sentimental en comptes de generar la projecció sentimental en l'espectador, a través de diverses ruptures o intervals en l'acció, per exemple, quan l'actor interromp la seva actuació citant els seus propis gestos o sortint del seu propi paper. La funció del text i del gest estan orientats a interrompre l'acció, amb la finalitat d'obrir intervals que permetin que l'espectador reflexioni i adopti una posició crítica davant dels fets i les situacions.

2.3.5. L'experiència salvadora de la ràdio de Benjamin en contrast amb la percepció totalitària d'Adorno i Horkheimer

Benjamin estava preocupat per la manipulació feixista de les masses a través de l'art i de la cultura. Observava amb horror l'estetització de la política, és a dir, la transformació de la política en un espectacle per a les masses, que culminava amb escenes carregades de simbolisme bèl·lic, com les concentracions de masses uniformades desfilant al ritme d'himnes militars.

L'alternativa que planteja Benjamin a l'estetització de la política és la politització de la cultura. Pensava que seria possible polititzar la cultura, de convertir la cultura en un mitjà de combat polític, en un mitjà per cultivar les masses i per fer-les més autònomes i reflexives. Per assolir aquest objectiu polític pensava que seria necessari el suport de les institucions públiques i dels moviments socials.

Benjamin interpretava positivament el fet que les noves tècniques reproductives, com la ràdio, el cinema o la fotografia, permetessin que la cultura es difongués entre les masses, i que l'obra d'art deixàs de ser un objecte únic i irrepetible, només a l'abast de les elits.

La posició teòrica d'Adorno i Horkheimer en relació a les possibilitats de transformació social que pot permetre el progrés tècnic i la societat dominada per la ideologia de la indústria cultural són pràcticament nul·les, a diferència de la idea més optimista que sosté Benjamin. Així mentre Benjamin identifica en la

reproducció de l'art un potencial crític, des del qual articular una superació política del capitalisme, Adorno i Horkheimer, en canvi, consideren que la cultura és tan industrial que l'art està irreversiblement colonitzat per la lògica capitalista.²¹

Concretament, Benjamin defensa una relació dialèctica entre els mitjans de producció i els subjectes inversa a la d'Adorno i Horkheimer. Per a Benjamin és la reproducció tècnica la que transforma a les masses i les permet mobilitzar-se; mentre que Adorno i Horkheimer estableixen la supremacia dels subjectes, de manera que són aquests els qui haurien d'impulsar els canvis tècnics alliberadors.

Benjamin també defensava la propietat col·lectiva de la ràdio, perquè considera que l'apropiament per part de les masses dels nous mitjans tècnics de reproducció, permetran l'aparició d'una relació política progressista amb els mitjans.

Els investigadors argentins Szpilbarg i Saferstein (2014, 63) expliquen el pessimisme d'Adorno i Horkheimer a partir de les circumstàncies històriques concretes en les quals escriuen les seves obres. Així, segons aquests autors:

el avance del nazismo, la “degeneración” del socialismo real provocada por el estalinismo y la ya omnipresente cultura de masas estadounidense –los autores escriben desde California, corazón del imperio de la industria cultural– llevaron a que el horizonte de esperanza hacia un cambio en la sociedad pareciera mucho más frágil a Adorno y Horkheimer.

La diferència de perspectiva entorn als mitjans tècnics i a la cultura de masses entre Adorno i Horkheimer i Benjamin s'explica pel fet concret que mentre els primers visqueren en primera persona la conversió accelerada de la cultura en indústria com exiliats a nord-amèrica; Benjamin residia a Europa, on la mercantilització i monopolització de la cultura era més gradual i per tant, menys perceptible.

²¹ Arribam a aquesta conclusió després de realitzar la comparació de les tesis exposades per Adorno i Horkheimer a *La Dialèctica de la Il·lustració*, amb la visió de Benjamin a *L'obra d'art en l'època de la reproductibilitat tècnica*.

La posició de Benjamin no li va impedir també advertir els enormes perills de la tècnica, un dels més importants era la immensa desproporció existent entre els aparells tècnics de comunicació i l'experiència humana. Benjamin era conscient que el desenvolupament tècnic anava acompanyat d'un empobriment de l'experiència. Aquest empobriment era observable, per exemple en el llenguatge, en el fet que cada vegada la parla quotidiana se semblava més al llenguatge de la publicitat; i també en l'experiència fragmentada del temps, sorgida, per exemple, de la dificultat per transformar la rutina laboral en una cadena de producció, en coneixement.

3. Desenvolupament de la proposta

A la segona part d'aquest treball presentam una proposta innovadora d'aprofitament didàctic de la ràdio per a l'ensenyament de la filosofia. Aquesta proposta està fonamentada en les conclusions extretes de la lectura atenta dels textos sobre la ràdio de Benjamin i Brecht, pren en consideració els coneixements adquirits en les matèries pedagògiques i específiques del Màster de formació del professorat de la UIB i està inspirada en l'experiència radiofònica adquirida per l'autor del treball com a conductor i director del programa de ràdio *L'Àgora de can Alcover*, sobre divulgació de la filosofia, que s'emet des de 2014 ençà.

3.1. Ràdio i ensenyament de la filosofia

La proposta didàctica que descriurem a continuació té com a principal objectiu desenvolupar un procés d'ensenyament-aprenentatge de la filosofia utilitzant la ràdio a les aules, però a la vegada, pretén que els alumnes siguin capaços de produir continguts filosòfics destinats a un públic adult, que té coneixements filosòfics molt generals. Aquest enfocament pressuposa també, un esforç addicional per produir continguts que tinguin suficient interès per a ser emesos a través d'una emissora de ràdio convencional.

A l'hora de defensar i justificar el present projecte didàctic d'ensenyament de filosofia a través de la ràdio, prenem com a punt de referència les reflexions de Benjamin i Brecht sobre les possibilitats pedagògiques, però també polítiques d'aquest mitjà, no només en un sentit general, sinó prenent en préstec algunes de les seves idees i integrant-les en el nostre projecte.

Des d'aquesta perspectiva, som conscients que el professor de filosofia que vulgui desenvolupar aquest projecte haurà de realitzar un esforç, no només metodològic, sinó també curricular, en la mesura que haurà d'adaptar els continguts filosòfics per a què s'ajustin a les característiques específiques d'un mitjà radiofònic, on és important aprendre a gestionar les paraules, les pauses,

els efectes de so o els sons musicals, i que pot implicar a més també adquirir alguns coneixements de digitalització i tractament d'imatges i sons.

És important advertir que malgrat la proposta didàctica neix de l'àmbit educatiu, no es circumscriu només a la comunitat educativa dels centres, ja que aspira a arribar a oients de la ràdio convencional, que no han participat directament en el projecte.

La nostra proposta didàctica per tant, va dirigida tant als docents de filosofia com als periodistes radiofònics i als ràdio oients. No és una decisió capritxosa, ni molt manco. Està justificada en la necessitat de prestigiar la filosofia i en la finalitat d'incrementar la seva presència en entorns comunicatius informals, sobretot tenint en compte el retrocés del pes de la filosofia dins l'àmbit educatiu, després de la pèrdua d'hores i d'alumnes que ha suposat l'aprovació de la LOMQE²².

A través del projecte pedagògic de ràdio i filosofia, recuperem la funció educativa i política de la ràdio, defensada per Benjamin i Brecht, centrada en la formació de l'alumnat i en la divulgació filosòfica com a mitjà per defensar la utilitat de la filosofia i la seva funció social crítica, amb la intenció d'incrementar l'interès de la població per la filosofia.

En qualsevol cas, tenim clar que s'ha de respectar l'autonomia i les decisions de cada docent i centre, en relació als límits i l'abast de la nostra proposta didàctica. Per això, entendrem també que potser hi hagi centres interessats en mantenir el projecte dins l'àmbit del seu propi institut, bé perquè disposen d'una ràdio pròpia, o bé per raons de caràcter organitzatiu o pedagògic.

D'entrada, el nostre plantejament pot semblar massa ambiciós o fins i tot irrealitzable. Nosaltres pensam que no és així, principalment perquè hem pogut experimentar amb èxit en diverses ocasions els plantejaments polítics i pedagògics que defensam. En aquest sentit destacam, que el projecte d'ensenyament de la filosofia a través de la ràdio parteix de diverses experiències reals. En primer lloc, parteix d'una experiència didàctica realitzada a l'Institut Madina Mayurqa de Palma, durant el curs 2016-2017, en el marc de les pràctiques del màster de formació del professorat. I, en segon lloc, parteix

²² Ens referim d'aquesta forma abreviada a la Llei Orgànica per a la Millora de la Qualitat Educativa, més coneguda com a Llei Wert, en honor del Ministre d'Educació que la va impulsar.

d'una experiència de divulgació filosòfica a través d'una ràdio associativa d'àmbit insular, *Ona Mediterrània*, i del programa *L'Àgora de can Alcover*.

La proposta didàctica que presentam, recupera la idea radiofònica de bidireccionalitat plantejada per Benjamin i Brecht, en la mesura que desplaça la producció de continguts radiofònics al públic o oients, que en aquests cas són els alumnes de filosofia, i en la mesura que proposa ampliar l'horitzó d'escolta i establir un diàleg imaginari entre els alumnes productors d'aquests continguts i altres oients que no formen part d'un entorn educatiu i que no tenen un contacte directe amb la filosofia.

El projecte, malgrat pugui semblar una paradoxa, té a favor, el context actual de crisi de la filosofia en l'àmbit educatiu, accentuat per l'aprovació de la LOMQE, i que, en certa mesura, ha estat provocat per una metodologia i un currículum de filosofia que no ha sabut connectar amb els interessos i hàbits del nou tipus d'alumnat ni amb els problemes propis del món actual.

Aquest context de crisi de la filosofia en l'ensenyament, ha provocat una certa resposta social, en part protagonitzada pels propis professors de filosofia, però també per part d'una minoria compromesa activament amb la defensa de la filosofia. Així hem observat iniciatives de caràcter reivindicatiu que han fet campanya contra la LOMQE, articulades entorn a Plataformes en defensa de la filosofia, que en el cas de les Illes Balears, ha contat amb la participació activa del director del Departament de Filosofia de la UIB, Joan Lluís Llinàs. Les accions reivindicatives han inspirat també activitats filosòfiques a àmbits informals, extra acadèmics, més divulgatives, com cafès filosòfics, festivals, lectures i combats filosòfics, pàgines de facebook, consultes filosòfiques, cicles de conferències, com les del *Club Diario de Mallorca*, i també programes de ràdio, blocs o revistes digitals especialitzades, com *Filosofia ara*.²³

Al llarg dels darrers anys, especialment des de l'aprovació de la LOMQE, la filosofia ha anat ocupant un espai propi a la ràdio. Es tracta d'un escenari que interpretam que pot ajudar al nostre projecte. Per això consideram necessari destacar els programes de divulgació de la filosofia que formen part actualment del panorama radiofònic espanyol.

²³ <http://www.filoara.cat/>

Hi ha experiències radiofòniques a diverses emissores de l'estat espanyol. Actualment, es pot escoltar parlar de filosofia a *RAC1* al bloc de *Francesc Orteu*; i a *Apuntes de sabiduría*, el microespai que dirigeix i presenta José Antonio Hernández a *Ràdio 5* de Ràdio Nacional d'Espanya; també a *Ràdio 5*, hi ha un altre microespai de divulgació filosòfica, *Diálogos en la Caverna*, en el qual es plantegen preguntes i reflexions sobre els grans problemes de la filosofia, a partir de breus diàlegs dramatitzats.

La cadena *SER* ha apostat també per incloure la filosofia en la seva programació, seguint el format de microespai. Així, una de les seccions quinzenals del magazine dels caps de setmana *A vivir que són dos días* és *El rincón de pensar*, una mescla d'humor i filosofia conduït pels humoristes d'*El Mundo Today*. Anteriorment, la *SER* tenia dins el programa *La Ventana*, una secció de filosofia i actualitat anomenada *Pensar por pensar*, que contava amb la presència habitual del filòsof Manuel Cruz i l'antropòleg Manuel Delgado.

La Universitat Nacional a Distància (UNED) disposa d'un canal de filosofia amb àudios d'entrevistes a experts en temes i autors de la història de la filosofia, i té programes dedicats a exposar el pensament de filòsofs contemporanis, que prèviament han estat emesos a Ràdio 3.

Catalunya ràdio emet dins el programa *El matí de Catalunya Ràdio*, una secció setmanal de filosofia anomenada *El racó de pensar*, que conta amb la col·laboració habitual del filòsof Xavier Antich i del periodista i activista David Fernández.

Radio Irola Irratia, una ràdio lliure de Bilbao, emet setmanalment a través d'Internet un programa de divulgació d'història i de filosofia, *La Linterna de Diógenes*, un programa d'entrevistes a acadèmics i experts en temes culturals, històrics, filosòfics i polítics, que té com a finalitat formar críticament a oients compromesos amb els moviments socials més contestataris.

L'associació *Consulta Filosòfica* realitza el programa de ràdio *Filosofía en la onda*, que inclou tallers filosòfics per a nins per aprendre a identificar sentiments i emocions, així com entrevistes sobre temes filosòfics, o cafès filosòfics per tractar temes d'interès pels adults.

A Mallorca, existeix també un programa de ràdio setmanal de divulgació de la filosofia, *L'Àgora de can Alcover*, que s'emet setmanalment a través d'*Ona Mediterrània*, una ràdio associativa que té com a seu l'edifici de Can Alcover, i que ha comptat amb la col·laboració de professors i alumnes de filosofia. Aquesta programa ha comptat amb una secció fixa de didàctica de la filosofia, dirigida i conduïda pel professor de filosofia Joan Carles Alzamora.

El programa *El crepuscle encén estels*, conduït per Pere Estelrich, s'ha ocupat habitualment d'autors i de temes filosòfics, a totes les seves etapes a diferents canals de ràdio, arribant a contar amb la col·laboració habitual del professor de filosofia de la UIB, Francesc Casadesús.

D'altra banda, cal dir també que hi ha alguns centres de Secundària de les Illes Balears que han organitzat tallers de ràdio, desenvolupant diverses experiències, fins i tot relacionades amb la filosofia, com seria el cas de l'IES s'Arenal, amb el programa *Otras miradas*.

Finalment, ampliant una mica la mirada cap als mitjans audiovisuals, hem de destacar, pel seu èxit mediàtic, una sèrie de televisió de Catalunya sobre filosofia. Es tracta de la sèrie de ficció *Merlí*, protagonitzada per un professor de filosofia d'un institut de secundària. Aquesta sèrie ha tingut efectes molt positius en l'ensenyament de la filosofia, contribuint a augmentar l'interès per aquesta matèria. Fins i tot s'especula que pot haver influït en l'increment mitjà del 20% de les matriculacions a les facultats de Filosofia catalanes que s'han produït durant el curs 2016-2017.

Aquest repàs pel panorama radiofònic espanyol, ens permet avançar una sèrie de conclusions que justifiquen la nostra proposta didàctica. En primer lloc, aquestes iniciatives han suposat donar major visibilitat a la filosofia fora de les aules, encara que a canvi de rebaixar el nivell acadèmic i vulgaritzar el llenguatge filosòfic. En segon lloc, han contribuït a estimular l'ensenyament, despertant l'interès dels joves per estudiar i aprendre filosofia. I en tercer lloc, ens permeten afirmar que no existeixen experiències significatives en relació a l'ús de la ràdio per a l'ensenyament de la filosofia.

Aquestes conclusions, per tant, donen major sentit al projecte de ràdio i filosofia, en la mesura que comparteix l'esperit d'aquest conjunt d'iniciatives, de

recuperar la funció social de divulgació de la filosofia, i a més, reafirmen el caràcter innovador del nostre projecte.

Els objectius polítics i pedagògics del projecte impliquen que, abans de posar-lo en funcionament, s'arribi a un acord de col·laboració amb una emissora local de ràdio. A Mallorca existeixen emissores municipals com *Titoieta ràdio* a Algaida o *Alcúdia ràdio*, i també emissores associatives que poden donar més facilitats, com *Ona Mediterrània*. De fet, existeix un precedent a *Ona Mediterrània* de cessió d'un espai setmanal a un esplai educatiu.

Desenvolupar el projecte de filosofia a una emissora associativa, sostinguda sobre les quotes dels seus socis, aportaria major llibertat i independència, i permetria que els missatges tinguessin entitat pròpia, i no quedassin subordinats a la publicitat. Seria el tipus de ràdio més semblant al que definiren Benjamin i Brecht, allunyat del monopoli del gran capital i de les elits, i proper a les masses més populars.

Un altre aspecte previ a considerar són les possibilitats de distribució dels registres sonors que ofereix la tecnologia d'avui en dia i que han tornat obsoleta la idea de ràdio com aparell transmissor, desconnectat d'altres mitjans que es formaren Benjamin i Brecht. Els mitjans digitals actuals permeten crear i transmetre els sons instantàniament, a través de multiplataformes o dispositius multifunció.

D'altra banda, l'accés massiu a dispositius mòbils i ordinadors ha provocat una democratització de la informació, un increment de la bidireccionalitat dels missatges i una transformació dels receptors en emissors també, no imaginades per Benjamin i Brecht, però que poden aprofitar-se en aquest projecte per aportar continguts culturals de qualitat, que puguin ser escoltats per diversitat d'oients, des de qualsevol dispositiu, moment o ubicació.

3.2. La proposta didàctica de ràdio i filosofia a l'assignatura de Valors ètics

Per què treballar l'ètica a través de la ràdio? Hi ha motius pedagògics i curriculars que ho recomanen. Així, l'ús de la ràdio a aquesta assignatura

permetria contribuir al desenvolupament d'algunes competències bàsiques, com la comunicació lingüística, en la mesura que implica l'ús tant del llenguatge verbal oral com escrit i la valoració crítica de missatges; o la competència d'aprendre a aprendre, en la mesura que implica treballar en equip, opinar, i ser conscients de les pròpies capacitats.

També pot ser interessant l'ús de la ràdio a valors ètics per raons metodològiques, ja que implica l'ús de recursos informàtics i audiovisuals, com a estratègia per afavorir una actitud més favorable a l'aprenentatge. L'ús de la ràdio a aquesta assignatura pot contribuir a fomentar la participació de l'alumne a través d'una metodologia activa, i afavorir que l'alumne sigui el propi protagonista del seu propi aprenentatge, en comptes d'un simple receptor passiu de continguts. Aquest darrer punt estaria en sintonia amb la idea pedagògica de la ràdio de Benjamin i Brecht, de convertir el receptor passiu en emissor actiu.

És important que els alumnes es familiaritzin amb la ràdio i amb les seves peculiaritats, per això, s'haurien d'organitzar escoltes individuals i en grup, per extreure les característiques pròpies d'aquest mitjà, especialment aquelles que condicionen la producció de continguts i la manera de comunicar-los, com el tipus de llenguatge i els recursos sonors.

La proposta didàctica destinada als alumnes de valors ètics consisteix en reflexionar entorn a diversos dilemes morals i aportar una solució, opinant sobre el que s'hauria de fer en cada cas. Entenem per *dilema moral* aquella narració o història breu, en la qual es planteja una situació greu que pot ser real o imaginària i que implica un conflicte moral relacionat amb la necessitat de prendre una decisió o d'haver d'elegir entre dues o més accions que poden tenir conseqüències positives o negatives per a qui elegeix. En els dilemes morals, poden entrar en conflicte els valors i les creences personals amb les lleis vigents o principis ètics universals; o poden suposar que l'alumne hagi de revisar les pròpies normes de comportament, allò que creu que està bé o malament fer. Les situacions també poden posar en qüestió algun principi ètic universal.

Quines passes s'haurien de seguir per desenvolupar aquesta proposta didàctica?

En primer lloc, hi hauria una part teòrica expositiva per afavorir que l'alumnat compregui què és un valor, que són els dilemes morals i quin ús han tengut al llarg de la història de la filosofia. S'haurien de posar alguns exemples i relacionar-los amb alguns corrents ètics. Un exemple motivador per iniciar a l'alumnat en els dilemes morals, podria ser el conegut dilema del tramvia, un problema mental ideat el 1967 per la filòsofa britànica Philippa Foot per reflexionar sobre els principis morals de caràcter absolut com el principi universal de "no mataràs" i la distinció entre matar i deixar morir. Es pot plantejar als alumnes que intentin resoldre aquest dilema en la seva versió original, i en dues de les seves variants formulades posteriorment per altres autores com Judith Thompson.

En segon lloc, s'hauria d'escoltar algun exemple radiofònic on es plantegi un dilema moral i també la seva solució. Es poden trobar prop de trenta arxius sonors sobre dilemes morals al canal digital que té el programa *L'Àgora de can Alcover* a la plataforma ivoox.com. Concretament s'hauria de seleccionar i escoltar algun dels arxius que duen per títol *l'oracle*, nom de la secció del programa on es plantegen els dilemes. Durant l'escolta en gran grup, el professor hauria de fer aturades per garantir la comprensió del dilema, podria també retardar l'escolta de la solució donada pel convidat i deixar que els alumnes improvisin les seves pròpies respostes, per després contrastar-les amb la de l'audició sonora.

En tercer lloc, els alumnes, d'acord amb el professor, seleccionen un dilema, l'interpreten individualment, acorden i redacten una descripció del dilema adaptada al llenguatge oral.

En quart lloc, els alumnes distribuïts en petits grups cerquen informació a través d'Internet que els ajudi a prendre una decisió. Per orientar la cerca, el professor haurà proporcionat als alumnes un llistat de webs de filosofia.

En cinquè lloc, els alumnes posen en comú les seves pròpies solucions, es fa una acte de la sessió, recollint la diversitat de propostes i els arguments que les acompanyen. Es pot substituir l'acte per una gravació de la sessió.

En sisè lloc, es completa un guió radiofònic, amb la descripció del dilema i les preguntes que han anat sorgint al llarg del debat a classe.

En setè lloc, s'enregistra un àudio sobre el dilema i s'anuncia a través de diversos mitjans informatius el dia i l'hora de l'emissió.

Finalment, en vuitè lloc, s'emet l'àudio a través de la ràdio i es comparteix a través de les xarxes socials i d'altres mitjans digitals.

En un principi, la proposta didàctica podria desenvolupar-se en un trimestre, preferentment, el segon, quan ja es pressuposa un coneixement entre professor i alumnes i no hi ha la pressió de final de curs.

Quant a l'avaluació de l'aprenentatge adquirit, el professor valoraria tant el procés com el resultat final. Els alumnes disposarien prèviament a la realització de la tasca d'una rúbrica global, amb els criteris i estàndards d'aprenentatge.

A mesura que els alumnes adquireixin experiència i habilitats reflexives i comunicatives, es podria intentar que siguin ells mateixos els qui plantegin els dilemes morals, partint del temari de l'assignatura.

La proposta didàctica desenvolupada amb els alumnes de 3r d'ESO a l'institut Madina Mayurqa durant les pràctiques de formació del professorat, precisament ha consistit en la realització i l'enregistrament d'una discussió filosòfica entorn a un dilema moral present a la pel·lícula *After the dark*,²⁴ amb la finalitat de ser emesa a través de la ràdio.

3.3. La proposta didàctica de ràdio i filosofia a l'assignatura de Filosofia

Des d'un punt de vista curricular, la justificació de per què treballar la ràdio a l'assignatura de Filosofia de 1r de Batxillerat, està ja contestada a l'apartat anterior.

La proposta de ràdio i filosofia pensada per aquesta assignatura consisteix en la realització i la radiodifusió d'un comentari filosòfic d'una pel·lícula. Per tant, suposarà que l'alumne aprengui a fer un treball d'anàlisi i d'adaptació d'un producte audiovisual a les característiques i requisits d'un mitjà sonor.

²⁴ *After the dark* és una pel·lícula nord-americana dirigida per John Huddles i produïda el 2013 que planteja un dilema moral relacionat amb la supervivència de l'espècie humana en una situació de catàstrofe nuclear.

Amb aquesta proposta pretenem motivar als alumnes per aprofundir en el coneixement dels grans temes i problemes de la filosofia relacionats amb la recerca del coneixement, la felicitat, del sentit de l'ésser humà i la realitat, i altres continguts del currículum de 1r de Batxillerat. També volem interessar-los per la ràdio a través del cinema, un mitjà cultural que valoren molt més.

Quines passes s'haurien de seguir per desenvolupar la proposta didàctica?

En primer lloc, el professor desenvoluparà una explicació sobre un tema o problema filosòfic del currículum de l'assignatura, relacionat amb la pel·lícula prèviament seleccionada.

En segon lloc, els alumnes escoltaran un exemple de comentari radiofònic d'una pel·lícula. El professor trobarà 32 arxius sonors que tracten de cinema i filosofia, allotjats al canal digital que té el programa *L'Àgora de can Alcover* a la plataforma ivoox.com. Concretament, haurà de cercar els arxius que duen per títol *Deconstruint pel·lícules*.

En tercer lloc, el professor farà veure als alumnes alguns fragments de pel·lícules amb els ulls oberts i després amb els ulls tancats, perquè s'habituin a pensar i interpretar les pel·lícules a través dels diàlegs, com els percebran els oients de la ràdio.

En quart lloc, els alumnes veuen una pel·lícula prèviament seleccionada en funció del tema a tractar²⁵.

En cinquè lloc, els alumnes distribuïts per parelles i amb l'ús d'ordinadors amb accés a la pel·lícula que han vist col·lectivament, seleccionen una escena per comentar, en funció del tema filosòfic que els hagi proporcionat el professor.

En sisè lloc, una vegada s'ha comprovat la idoneïtat de l'escena, cada parella, transcriu el diàleg i anota la seva durada i minutatge, per facilitar les tasques posteriors d'edició.

En setè lloc, cada parella redacta un comentari filosòfic de l'escena.

En vuitè lloc, Es posen en comú els comentaris i es fan propostes de millora.

²⁵ El Grup IREF (d'Innovació i Recerca per a l'Ensenyament de la Filosofia) disposa de nombroses propostes didàctiques per pensar la filosofia a través del cinema. Al seu web referenciat a la webgrafia es poden trobar pel·lícules agrupades per temes i problemes filosòfics.

En novè lloc, s'enregistren els comentaris i s'ordenen de manera que es corresponguin amb les escenes. S'anuncia a través de diversos mitjans informatius el dia i l'hora de l'emissió.

Finalment, en desè lloc, s'emeten els àudios a través de la ràdio i es comparteixen a través de les xarxes socials i d'altres mitjans digitals.

Per les mateixes raons exposades en la proposta de valors ètics, recomanem desenvolupar el projecte durant el segon trimestre.

Quant a l'avaluació de l'aprenentatge, recomanem que els alumnes disposin, prèviament a la realització de la tasca, d'una rúbrica global, amb els criteris i estàndards d'aprenentatge avaluable. Segons el nostre criteri, s'hauria de valorar la tasca realitzada a classe, el comentari filosòfic escrit i locutat.

Hem de recordar que hem posat en pràctica aquesta proposta en el marc de les pràctiques de formació del professorat, amb alumnat de 1r de Batxillerat de l'IES Madina Mayurqa de Palma, desenvolupant el tema de l'ésser humà (el sentit de l'existència, el destí, la mort, els prejudicis i les actituds d'intolerància, injustícia i exclusió), i que es pot escoltar a través del canal ivoox.com del programa *L'Àgora de Can Alcover*.²⁶

3.4. Altres aplicacions per a l'ús de la ràdio en l'ensenyament de la Filosofia

En aquest apartat compartim un conjunt de propostes que es poden desenvolupar indistintament des de qualsevol de les matèries del currículum de Filosofia d'ESO o batxillerat (1r de Batxillerat de forma preferent), i que poden ser útils per alternar amb les propostes anteriors, d'un curs escolar a un altre.

Les propostes que esmentarem a continuació podrien abastir de continguts a una secció d'un programa de ràdio. Ens hem permès la llicència d'imaginar un possible nom que podria sintetitzar-la.

1r) *Els joves filòsofs*: espai on els alumnes aportarien la seva visió sobre les grans preguntes filosòfiques relacionades amb el saber filosòfic, l'ésser humà, el coneixement, la racionalitat o la realitat. Amb les opinions dels alumnes es

²⁶ A la webgrafia proporcionam un enllaç a l'àudio per poder escoltar el resultat d'aquesta experiència.

podria confeccionar un diccionari filosòfic, que es podria il·lustrar amb definicions visuals i compartir a través de diferents plataformes digitals.

2n) *Aula de filosofia*: microespai radiofònic que podria tractar sobre didàctica i ensenyament de la filosofia. La intenció seria que els alumnes i els professors compartissin els seus aprenentatges a través de la ràdio, que puguin comentar materials per aprendre i ensenyar filosofia, com ara còmics, aplicacions, o recursos audiovisuals. El professor també podria utilitzar aquest espai per donar orientacions pràctiques per a fer un bon comentari de textos filosòfics, o per realitzar treballs filosòfics. La secció podria incloure també alguna entrevista a joves investigadors, que puguin aportar una visió sobre la recerca en l'àmbit de la filosofia.

3r) *La vida en un tuït*: microespai radiofònic que donaria a conèixer cites i màximes, frases breus per pensar i repensar, pensaments per a recordar i tenir en compte a la vida pràctica, com "*Primum vivere, deinde philosophare*", "*Atreveix-te a pensar!*", "*mens sana in corpore sano*", "*l'amor platònic*", "*Carpe Diem*". La tasca dels alumnes consistiria en llegir i interpretar la cita en relació al pensament del seu autor i gravar els comentaris.

4t) *Viatges filosòfics*. microespai radiofònic orientat a donar a conèixer la geografia de la filosofia, un passeig per les restes presents del passat filosòfic, pels llocs on visqueren els filòsofs o els llocs que inspiraren les seves obres. Aquesta proposta pot ser virtual o real, és a dir, els continguts poden basar-se en una tasca de documentació o poden ser el resultat d'una entrevista a persones que narren els seus viatges filosòfics.

5è) *Filoxarxa*: secció radiofònica per donar a conèixer la filosofia a la xarxa. Els alumnes hauran de descriure i valorar un web, bloc, pàgina, grup, o comunitat de facebook sobre filosofia.

6è) *El jardí de les idees*: microespai on els alumnes hauran d'exposar les principals metàfores i imatges que s'han generat al llarg de la història de la filosofia i que contribueixen a pensar el món antic, modern i contemporani, com la metàfora del rellotge de Paley, la metàfora il·lustrada de la llum, el mite de la caverna i del carro alat de Plató, la mà invisible d'Adam Smith, la metàfora de

l'univers com a un gran rellotge, *Deus ex machina*, i d'altres metàfores més contemporànies com la del Titànic, Gaia o la Nau Terra.

7è) *Primum vivere, deinde philosophare*: microespai, on els alumnes haurien d'elaborar continguts relacionats amb la vida dels filòsofs i la influència de la seva vida sobre la seva obra. Els alumnes hauran de documentar amb rigor les vides exemplars i els exemples de vida d'alguns filòsofs. Així per exemple, pot ser interessant per aquesta secció investigar la relació entre Lou Andrea-Salomé i Nietzsche, les vides creuades de Heidegger, Arendt i Günther Anders, o la història d'amor del filòsof André Gorz que el dugué al suïcidi.

3.5. Consideracions finals

La proposta didàctica d'aplicar la ràdio a l'aula de filosofia, posant l'alumnat com a protagonista dels seus aprenentatges, pot ser ben rebuda pels departaments de Filosofia, pels claustres de professors i pels equip directius dels centres, sobretot si es té en compte l'aposta política de la Conselleria d'Educació favorable a la innovació pedagògica i als beneficis que pot arribar a obtenir el professorat participant (crèdits de formació i altres reconeixements).

Amb el temps, es podria acabar establint una xarxa de centres col·laboradors, amics de la filosofia a la ràdio, disposats a participar en aquesta iniciativa d'innovació pedagògica, amb la finalitat d'obrir la participació a més diversitat d'alumnes i de centres.

Si s'arribàs a aquesta fase avançada, d'extensió i consolidació del projecte, seria imprescindible sol·licitar el suport de la Conselleria d'Educació per a la creació d'un espai de coordinació, trobada i intercanvi, una mena de seminari permanent de professors de filosofia amb presència d'alumnes interessats i periodistes.

És important tenir en compte que els àudios produïts poden transcendir el seu caràcter local i una vegada es pengin a plataformes digitals, poden ser escoltats des de qualsevol part del món i per tant, provocar un major impacte en l'objectiu polític de defensar la filosofia i l'objectiu pedagògic d'incrementar els coneixements filosòfics de la població.

4. Conclusions

Les idees de democratització i politització de la ràdio, juntament amb la seva funció educadora formulades per Benjamin i Brecht en els orígens de la radiodifusió, tornen a tenir actualitat, són font d'inspiració de projectes d'innovació pedagògica com el que hem defensat al llarg d'aquest treball.

La crisi de la filosofia a les aules ha obert una oportunitat per innovar i plantejar noves metodologies i nous recursos didàctics que contribueixin a donar a conèixer la filosofia fora de les aules.

La democratització dels mitjans de comunicació i la revolució tecnològica d'Internet i les xarxes socials ha posat a l'abast de la població un mitjà de comunicació global. En aquest context, els oients passius i aïllats de la ràdio, en els quals pensava Benjamin i Brecht, avui tenen una nova oportunitat de produir els seus propis continguts, ja que disposen de les eines materials per fer-ho.

La massa original que pensaren Nietzsche i Ortega ja no existeix, al manco en la seva uniformitat i unitat, avui en dia, s'ha fragmentat, ja no és homogènia. La cultura industrial de masses que pensaren Adorno, Horkheimer, des de l'art i la tecnologia, ha donat lloc a un subjecte més plural, que ha canviat la ràdio per Internet, però encara que aquest subjecte no ho sàpiga explicar, continua consumint productes sonors, però d'una altra manera, a través d'una gran diversitat de suports materials i dispositius mòbils.

La ràdio, un mitjà de masses en el temps de Benjamin, Brecht, Adorno i Horkheimer, ha passat a ser un mitjà que s'ha vist superat, entre els joves estudiants, per l'atractiu de la comunicació permanent que proporcionen les aplicacions de mòbils, i per les pantalles i els jocs d'ordinadors. Però la ràdio no està morta, continua vivint en altres formats, sense aparells, a través de podcasts, de plataformes digitals de descarrega d'àudios, que sí fa servir la població més jove.

L'objectiu que es va proposar Brecht a principis del segle XX, de convertir la ràdio en un mitjà de comunicació, continua essent un repte en l'aldea global del segle XXI, en les societats hipertecnològiques del present. També és un repte

passat i present, passat en la mesura que ja va quedar ben establert per part d'Adorno i Horkheimer, en la seva crítica a la cultura de masses, i present, en la mesura que la situació de monopoli i subordinació dels mitjans de comunicació al capital i als interessos de les classes dominants, que descriviren encertadament els frankfurtians, s'ha confirmat i a més s'ha ampliat amb una abast encara major, de dimensions planetàries. Això no obstant, l'escenari present, dominat per les noves tecnologies de la informació i la comunicació, permet també concebre algunes possibilitats per a la resistència i també noves esperances d'emancipació, i nous camins, per on la filosofia pot recuperar la seva funció alliberadora i crítica, que mai hauria d'haver abandonat.

En aquesta transformació social, la filosofia i la ràdio encara tenen molt a dir, especialment una ràdio posada al servei de l'ensenyament de la filosofia, de la transmissió d'idees i pensaments que fomentin l'esperit crític. La ràdio pensada per Benjamin, com a mitjà crític, i amb un sentit bidireccional, pot esdevenir una eina pedagògica en mans d'alumnes i professors de filosofia motivats per una tasca gairebé revolucionària, que dins el món de l'ensenyament queda definida per l'objectiu de millorar l'educació, transformant els alumnes, tradicionalment concebuts com a destinataris passius de les classes, en autèntics protagonistes del seu aprenentatge; un objectiu que només es podrà complir si la figura del professor també canvia, i passa a ser un acompanyant i no només un expert. Finalment, hi ha un objectiu que apunta més enllà dels instituts, i al qual aspira aquest projecte de ràdio i filosofia, i es defineix per la il·lusió de transmetre la utilitat de la filosofia als oients de la ràdio, que avui en dia no són només els oients de programes de ràdio o de canals de ràdio, sinó una gran quantitat de destinataris que escolten la ràdio navegant per Internet, a les xarxes socials, passejant, o dins els seus vehicles, en trànsit, que ho fan, en definitiva, essent usuaris de les noves tecnologies de la informació i de la comunicació.

5. Referències

- BENJAMIN, W. (2015a). *Radio Benjamin*. Akal, Madrid.
- (1966). *Brecht. Ensayos y conversaciones*. Arca, Montevideo.
- BRECHT, B. (2003). Teorías de la radio (1927-1932). *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* vol. V, núm. 2, pp.5-16. Recuperat de <http://www.eptic.com.br>
- (1999). *Poemas y canciones*. Alianza, Madrid.
- CABOT, M. (2011). La crítica de Adorno a la cultura de masas. *Revista Contelaciones*, núm. 3, pp. 130-147.
- CABOT, M.; FRAU, P.; I CERDÀ, F.X. (2008). *Estètica i noves tecnologies*. Edicions UIB, Palma.
- NIETZSCHE, F. (2000). *Més enllà del bé i del mal*. Edicions 62, Barcelona.
- (1982). *La genealogia de la moral*. Editorial Laia, Barcelona.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1983). *La rebelión de las masas*. Orbis, Barcelona.
- SZPILBARG, D. I SAFERSTEIN, E. (2014) El concepto de industria cultural como problema: una mirada desde Adorno, Hockheimer y Benjamin. *Revista Calle 14*, núm. 9. Universidad Distrital Francisco José de Caldas Bogotá, Colombia.
- THOMSON, P. I SACKS, G. (eds.) (1998). *Introducción a Brecht*. Akal, Madrid.

6. Bibliografia

- AMENGUAL, G.; CABOT, M.; I VERMÀ, J.L. (2008). *Ruptura de la tradición. Estudios sobre Walter Benjamin i Martin Heidegger*. Editorial Trotta, Madrid.
- ARENDE, H. (1990). *Hombres en tiempos de oscuridad*. Gedisa, Barcelona.
- BAREA, P. (2002). Bertolt Brecht y la radio. *Assaig de teatre: revista de l'Associació d'Investigació i Experimentació Teatral*, núm.35, pp. 13-28.
- BALLESTER, LL. I COLOM, A.J. (2015). *Walter Benjamin: filosofía y pedagogía*. Octaedro, Barcelona.
- BENJAMIN, W. (2015b). *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica*. Casimiro Libros, Madrid.
- (2015c). *El autor como productor*. Casimiro Libros, Madrid.

- (2014). *Juicio a las brujas y otras catástrofes. Crónicas de radio para jóvenes*. Hueders, Argentina.
- (2004). *El autor como productor*. Editorial Ítaca, Mèxic.
- BRECHT, B. (1973). *El compromiso en literatura y arte*. Península, Barcelona.
- CABOT, M. (2015). El ‘descubrimiento moderno de la oralidad’ y los medios audiovisuales. *Revista Remate de males*, núm. 35, vol. 1, pp. 165-176. Universidad Estatal de Campinas, Brasil.
- (2013). ‘Cultura digital de masas’ y ‘nueva educación’. *Revista Impulso*, Piracicaba, núm. 23, pp.19-28.
- (2007). *Más que palabras. Estética en tiempos de cultura audiovisual*. Cendeac, Múrcia.
- DE HARO HONRUBIA, A. (2009). La dialéctica masa-minoría en la filosofía de Ortega y Gasset: Contribución al análisis de las diferentes dimensiones que los conceptos “Hombre masa” y “Hombre minoría” adoptan a lo largo de la evolución del pensamiento orteguiano. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca.
- HABERMAS, J. (2002). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona.
- HAYE, R. M. (2000). Sobre Radio y Estética. Una Mirada desde la Filosofía del Arte. Convergencia. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 7, núm. 23. Universidad Autónoma del Estado de México, Mèxic.
- ADORNO, T.W. i HORKHEIMER, M. (2003). *Dialéctica de la Ilustración*. Trotta, Madrid.
- LESLIE, E. (2009). Walter Benjamin. Sobre la radio. <http://parlante23.blogspot.com.es/search?updated-max=2009-03-21T14:51:00-07:00> blog Parlante 23.
- MARZÁN, C. (2015). *Walter Benjamin*. RBA, Madrid.
- MONTFORT PRADES, J.M. (2017). *Ortega y Gasset*. RBA, Madrid.
- SÁNCHEZ GUEVARA, G. (2008). Walter Benjamin. El autor como productor, *Revista Fuentes humanísticas*, núm. 37, pp 227-230. Universidad Autónoma de México, Mèxic.

7. Webgrafia

Annex Currículum de l'assignatura Valors Ètics. Decret 34/2015, de 15 de maig, pel qual s'estableix el currículum de l'educació secundària obligatòria a les Illes Balears. Recuperat de

http://weib.caib.es/Normativa/Curriculum_IB/secundaria_lomce/valors_etics_ES_O.pdf

Annex Currículum de l'assignatura Filosofia. Recuperat de http://weib.caib.es/Normativa/Curriculum_IB/batxillerat_lomce/filosofia_batx.pdf

BALLESTER, M.À. (2015). La filosofia surt al carrer. Palma: Bloc de pensament crític, filosofia i medi ambient.

<https://miquelangelballester.wordpress.com/2015/12/06/la-filosofia-surt-al-carrer/>

CANAL UNED-FILOSOFÍA: <https://canal.uned.es/serial/index/id/475>

Diàlegs en la Caverna. Recuperat de

<http://www.rtve.es/alacarta/audios/dialogos-en-la-caverna/http://dialogosenlacaverna.blogspot.com.es/>

Deconstruint pel·lícules. After the dark. Recuperat de https://www.ivoox.com/l-agona-can-alcover-28-04-17-audios-mp3_rf_18444478_1.html

EL RINCÓN DE PENSAR. Recuperat de

http://play.cadenaser.com/seccion/a_vivir_que_son_dos_dias_el_rincon_de_pensar/

FILOSOFIA ARA! Recuperat de <http://www.filoara.cat/>

FILOSOFÍA EN LA ONDA. Recuperat de https://www.ivoox.com/podcast-filosofia-en-la-onda_sq_f1149597_1.html

GELABERT, M. (2017). Centres de les Illes Reivindiquen l'alumnat com a protagonista. Ara Balears. Recuperat de

http://www.arabalears.cat/balears/Centres-Illes-reivindiquen-lalumnat-protagonista_0_1832816946.html

GRUP IREF. Recuperat de <http://www.grupiref.org/>

L'ÀGORA DE CAN ALCOVER. Recuperat de https://www.ivoox.com/podcast-l-agona-can-alcover_sq_f1135350_1.html

LA LINTERNA DE DIÓGENES. Recuperat de http://www.ivoox.com/escuchar-linterna-diogenes_nq_22196_1.html

L'oracle. Dilema del tramvia. Recuperat de http://www.ivoox.com/l-oracle-amb-gabriel-alomar-el-dilema-del-tramvia-audios-mp3_rf_17487511_1.html

'Merlí' fa créixer l'interès per la filosofia entre els estudiants (23 d'octubre del 2016). Ara Balears. Recuperat de http://www.ara.cat/societat/Merli-creixer-linteres-filosofia-estudiants_0_1674432556.html

ONA MEDITERRÀNIA: <http://www.onamediterrania.cat/>

PENSAR POR PENSAR. Recuperat de <http://cadenaser.com/>

Plataforma en Defensa de la Filosofia de les Illes Balears: <https://www.facebook.com/PlataformaEnDefensaDeLaFilosofiaIllesBalears>

S'ARENAL RÀDIO. Recuperat de <http://sarenalradio.blogspot.com.es/>