

LA INDUSTRIA CULTURAL COMO INDUSTRIA DE LA CONCIENCIA: EL ANÁLISIS CRÍTICO EN LAS DIFERENTES GENERACIONES DE LA TEORÍA DE LA ESCUELA DE FRANKFURT

The Culture Industry as Industry of Conscience: The Critical Analysis in the Different Generations of the Theory of the Frankfurt School

BLANCA MUÑOZ*

bmunoz@polsoc.uc3m.es

Fecha de recepción: 31 de julio de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 5 de septiembre de 2011

RESUMEN

En este estudio se analizan los análisis más característicos de uno de los temas esenciales de la Teoría Crítica: las Industrias Culturales. En la *Dialéctica de la Ilustración*, Adorno y Horkheimer situaron en el mismo centro del libro el capítulo que ha sido uno de los inicios teóricos de la investigación sobre el funcionamiento y efectos de unas Industrias dedicadas a la creación y difusión de mensajes y representaciones colectivas que, como consideran las nuevas generaciones frankfurtianas, propagan estrategias ideológicas con fuertes procesos de patologización social. En este sentido, no es de extrañar que se identifiquen e igualen las Industrias Culturales como Industrias de la Conciencia y, en concreto, de la Conciencia Social.

Palabras clave: industrias culturales; Escuela de Frankfurt; Teoría Crítica; conciencia social; alienación; cosificación; fetichismo.

ABSTRACT

This study analyses the characteristic analysis of one of the key issues of Critical Theory: Cultural Industries. In the *Dialectic of Enlightenment* Adorno and Horkheimer placed in the middle of the book a chapter that has been one of the early theoretical research on the operation and effects of some industries dedicated to the creation and dissemination of messages and collective representations that, as considered by the new generations of the Frankfurt School, spread ideological strategies with strong processes of social pathologization. In this sense, it is not surprising to identify Cultural Indus-

* Universidad Carlos III de Madrid.

tries as Industries of the Conscience and, specifically, of the Social Conscience.

Key Words: cultural industries; Frankfurt School, Critical Theory; social conscience; alienation; reification; fetishism.

1. INTRODUCCIÓN: LOS PRECEDENTES CONCEPTUALES

Desde sus comienzos hay un tema recurrente en la investigación de la Primera Generación de la Escuela de Frankfurt: la investigación sobre las nuevas formas culturales que se están generando en el siglo XX por efectos del papel de la tecnología y de la sociedad de masas. No sería posible entender la Teoría Crítica sin considerar sus estudios sobre la Industria de la Cultura como la forma más definitoria de la ideología de la sociedad capitalista. En este sentido, las modificaciones que la economía capitalista experimenta están directamente relacionadas con la acción de una poderosa superestructura que funciona como un mecanismo de relojería y como un dispositivo férreo al servicio de los imperativos de acumulación del capital. Ahora bien, esta observación que podría parecer trivial, sin embargo representa uno de los temas centrales de la investigación sobre la ideología, entendiendo *ideología* en su significado marxiano; es decir, el condicionamiento de la esencia humana mediante procesos de interés y acumulación. En la *Ideología alemana*¹ Marx matiza cómo la psicología se ve modificada y subordinada a las condiciones externas en las que se desarrolla la existencia de los individuos, de aquí que la ideología creará un complejo sistema de valores, actitudes, cosmovisiones y, en general, formas de comprender la realidad en las que prevalecen elementos ajenos al propio pensamiento. No es de extrañar que el autor de *El Capital* considerase que “*el ser social determina la conciencia*”², con ello la interrelación entre sociedad y conciencia quedaba fundamentada en una percepción inadecuada de la sociedad que caracterizaba a lo ideológico. La *mediación* que la ideología efectúa entre *interpretación de la realidad* y *realidad* está en el origen de la reflexión frankfurtiana sobre la Industria de la Cultura entendida como el proceso de procesos de la modificación de las conciencias mediante fenómenos tecnológicos. Sin embargo, antes de entrar en el análisis de la Teoría Crítica será esencial referirnos al hecho según el cual la ideolo-

¹ Karl MARX, *La ideología alemana*, México: Grijalbo, 1972.

² Karl MARX, *Contribución a la crítica de la ideología política*, Madrid: Alberto Corazón Editor, 1978.

gía conlleva otros fenómenos adjuntos como son: *la alienación, la cosificación y el fetichismo*³. Entender la intrínseca relación entre unos y otros procesos nos lleva a comprender el funcionamiento de cómo se distribuye el conocimiento social.

La *alienación* es otro de los conceptos a partir de los que se puede entender en profundidad la acción ideológica. En la *Contribución a la crítica de la ideología política*⁴, Marx desarrolla uno de los textos fundamentales del análisis de la ideología y de la alienación en cuanto relaciones de construcción de la conciencia y las influencias del contexto sobre ella. Afirmar Marx:

“... en la producción social de su existencia, los hombres entran en relaciones determinadas, necesarias, independientes de su voluntad, estas relaciones de producción corresponden a un grado determinado de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. El conjunto de estas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad, la base real, sobre la cual se eleva una superestructura jurídica y política y a la que corresponden formas sociales determinadas de conciencia. El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de vida social, política e intelectual en general. No es la conciencia de los hombres la que determina la realidad; por el contrario, la realidad social es la que determina su conciencia.”⁵

El *extrañamiento* de los individuos ante su propia actividad está en los fundamentos de la ideología y de la alienación; no obstante, en el planteamiento marxiano la propia actividad económica y productiva impide una visión objetiva de lo real. De este modo, la ideología altera no sólo la comprensión de la realidad sino la misma realidad. Por tanto, el proceso ideológico *deforma* el conocimiento, *proyecta* sus deformaciones e intereses sobre su percepción de lo real y, asimismo, *oscurece* las relaciones sociales y su comprensión por parte de los individuos. Como considerará Marx: “no es la conciencia de los hombres la que determina la realidad, por el contrario, *la realidad social es lo que determina su conciencia*”⁶.

La alteración de las facultades humanas por efectos, sobre todo de “la callosidad del dinero” será uno de los temas permanentes de Marx desde sus obras juveniles hasta sus obras de madurez. Se puede considerar que gran parte de la terminología utilizada por la Teoría Crítica en sus análisis sobre la Industria Cultural proviene

³ Estos conceptos se encuentran explicados a lo largo de toda la obra marxiana, ver fundamentalmente *Contribución a la crítica de la ideología política* (ob. cit.).

⁴ Karl MARX, *Contribución a la crítica de la ideología política*, ob. cit., págs. 41-46.

⁵ Ibid., pág. 42 s.

⁶ Ibid., pág. 43.

del análisis marxiano de la conciencia. La idea central de Marx proviene de la modificación que se produce en la psicología de los individuos, a partir de las influencias del medio sobre el sistema psíquico mediante el poder ideológico del capitalismo. La ideología, por consiguiente, se estructura en un conjunto de fenómenos entre los que se pueden citar: *la cosificación*, *el fetichismo* y, desde luego, la suma de todos ellos cristalizará en *la falsa conciencia*. Entender el funcionamiento e interrelación entre estos conceptos nos sitúa de manera directa en el posterior postmarxismo de la Escuela de Frankfurt⁷.

El entramado conceptual de *la ideología* nos remite de inmediato a la mutua conexión entre cosificación y fetichismo. Si la alienación puede resumirse en la pérdida de la propia psicología por efectos exteriores y, en el capitalismo, por la influencia de un tipo de economía, se puede considerar la cosificación como un fenómeno paralelo al de alienación, ya que *el sujeto deviene en objeto*. El obrero, el trabajador, el ciudadano... se ven convertidos en simples mercancías, *en cosas*. La dialéctica resulta del extrañamiento de la esencia humana, los objetos cobran vida y existencia humanizándose. Esta es la característica del *fetichismo de las mercancías*. Los objetos se vuelven sujetos y los sujetos se transmutan en objetos. Es el mundo al revés de la economía del beneficio en donde todo está en venta, y en donde la humanización de las mercancías se corresponde con el empobrecimiento de las facultades de los sujetos. En los *Manuscritos de economía y filosofía*⁸ se encuentran los análisis marxianos más relevantes sobre esa pérdida de la propia esencia humana por efectos del dinero. Marx cita una poesía de Shakespeare para establecer su reflexión:

“El *dinero*, en cuanto posee la propiedad de comprarlo todo. En cuanto posee la propiedad de apropiarse todos los objetos es, pues, el objeto por excelencia. La universalidad de su *cualidad* es la omnipotencia de su esencia; vale, pues, como ser omnipotente..., el dinero es el *alcahuete* entre la necesidad y el objeto, entre la vida y los medios de vida del hombre. Pero *lo que* me sirve de mediador para mi vida, me sirve de mediador también para la existencia de los otros hombres para mí. Eso es para mí el *otro* hombre.

¡Qué diablo! ¡Claro que manos y pies,

Y cabeza y trasero son tuyos!

Pero todo esto que yo tranquilamente gozo,

⁷ Georgy LUKÁCS analizó estos conceptos en *Historia y conciencia de clase*, México: Grijalbo, 1978.

⁸ Karl MARX, *Manuscritos de economía y filosofía*, México: Grijalbo, 1972.

¿es por eso menos mío?
 Si puedo pagar seis potros,
 ¿No son sus fuerzas mías?
 Los conduzco y soy todo un señor
 Como si tuviese veinticuatro patas.
 (Goethe: *Fausto-Mefistófeles*)

Shakespeare, en el *Timón de Atenas*:
 ‘¡Oro!, ¡oro maravilloso, brillante, precioso! ¡No,
 oh dioses, no soy hombre que haga plegarias inconse-
 cuentes! (Simples raíces, oh cielos purísimos!) Un poco
 de él puede volver lo blanco, negro; lo feo, hermoso;
 lo falso, verdadero; lo bajo, noble; lo viejo, joven: lo
 cobarde, valiente (¡oh dioses! ¿Por qué?) Eso va a
 arrancar de vuestro lado a vuestros sacerdotes y a vues-
 tros sirvientes; va a retirar la almohada de debajo de
 la cabeza del hombre más robusto; este amarillo esclavo
 va a atar y desatar lazos sagrados, bendecir a los maldi-
 tos, hacer adorable la lepra blanca, dar plaza a los ladro-
 nes y hacerlos sentarse entre los senadores, con títulos,
 genuflexiones y alabanzas; él es el que hace que se vuelva
 a casar la viuda marchita y el que perfuma y embalsama
 como un día de abril a aquella que revolvería el eszó-
 mago al hospital y a las mismas úlceras. Vamos, fango
 condenado, puta común de todo el género humano que
 siembras la disensión entre la multitud de las naciones,
 voy a hacerte ultrajar según tu naturaleza.”...

Shakespeare pinta muy acertadamente la esencia del *dinero*. Para entenderlo, comencemos primero con la explicación del pasaje goethiano.

Lo que mediante el *dinero* es para mí, lo que puedo pagar, es decir, lo que el dinero puede comprar, eso soy yo, el poseedor del dinero mismo. Mi fuerza es tan grande como lo sea la fuerza del dinero. Las cualidades del dinero son mis – de su poseedor- cualidades y fuerzas esenciales...”⁹

⁹ Ibid., pág. 177 s.

El desdoblamiento de la personalidad caracteriza el fenómeno de la alienación, porque no sólo deforma el conocimiento de la realidad, asimismo, oscurece y proyecta de forma inconsciente las propias facultades sobre los otros y, especialmente, sobre los objetos. Por ello, la cosificación y el fetichismo se producen de manera inseparable. El individuo se distancia de su propia actividad, de su propia psicología y de los otros individuos. El extrañamiento acabará cristalizando en *la falsa conciencia* con la que los procesos de mercantilización se apoderarán de las conciencias y las consciencias. Marx subrayará la humanización de las mercancías y el elemento socavador y modificador del dinero. La formulación de la teoría de la ideología, en suma, inicia una nueva comprensión de lo real, entendimiento que será recogido por el neomarxismo posterior. La Primera Generación de la Teoría Crítica es indistinguible de los análisis superestructurales de Marx, sin ellos hubieran faltado los conceptos esenciales de la crítica de la Escuela de Frankfurt. Conceptos tales como alienación-enajenación, cosificación, fetichismo o falsa conciencia son imprescindibles no tanto para entender el capitalismo industrial del siglo XIX, cuanto para valorar el capitalismo de Masas y postindustrial surgido en el siglo XX y, lógicamente, en su continuidad con la Globalización contemporánea¹⁰.

Ahora bien, los procesos de conciencia con la llegada de la Sociedad de Masas desde la primera década del siglo XX se vuelven complejos al introducirse la técnica y el conocimiento científico en las estructuras sociales y humanas. La economía de oferta se sustituye por la economía de demanda, la población se organiza en forma de grandes masas colectivas cuyas necesidades son gestionadas con métodos industriales y tayloristas. Es la llegada de una nueva sociedad en la que la alienación toma formas diferentes y planificadas que en fases históricas anteriores. De este modo, afirmará Marcuse:

“...la cultura de la civilización industrial ha convertido el organismo humano en un instrumento más sensible, diferenciado y cambiante, y ha creado una salud social lo suficientemente grande para transformar este instrumento en un fin en sí mismo. Los recursos disponibles exigen un cambio *cualitativo* de las necesidades humanas. La mecanización y racionalización del trabajo tienden a reducir la cantidad de energía instintiva canalizada dentro del trabajo con esfuerzo (trabajo enajenado), liberando así la energía necesaria para el logro de los objetivos y

¹⁰ Armand MATTELART, *La mundialización de la comunicación*, Barcelona: Paidós, 1998, también *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona: Paidós, 1996 y *La comunicación-mundo*, Madrid: Fundesco, 1993.

dejándola disponible para el libre juego de las facultades individuales. La tecnología opera contra la utilización represiva de la producción de las necesidades de la vida, ahorrando así tiempo para el desarrollo de las necesidades *más allá* del campo de la necesidad y del consumo necesario.

Pero mientras más cercana está la posibilidad de liberar al individuo de las restricciones justificadas en otra época por la escasez y la falta de madurez, mayor es la necesidad de mantener y extremar estas restricciones para que no se disuelva el orden de dominación establecido.”¹¹

2. LA INDUSTRIA CULTURAL EN LA PRIMERA TEORÍA CRÍTICA

Un tema que va a caracterizar a los autores de la Primera Generación, será sin duda su interés por las transformaciones que la cultura ha experimentado con la utilización de la tecnología en la creación, distribución y transmisión de contenidos elaborados con finalidades comerciales. La Industria de la Cultura pasa así a ser una de las señas de identidad del análisis de Benjamín, Adorno, Horkheimer y Marcuse¹². Se puede afirmar que el elemento que unifica fundamentalmente a unos autores con otros, no puede dejar de ser el interés que desde sus comienzos tuvo el Instituto para la Investigación Social sobre la Cultura de Masas y sus efectos sociológicos.

Para situar esta temática vamos a hacer un breve recorrido por los diferentes teóricos de la Escuela, subrayando algunas de sus aportaciones e innovaciones. Desde el punto de vista cronológico será Walter Benjamín el primero de los Frankfurtianos que se interesa por la nueva cultura. En mil novecientos treinta y cuatro Benjamín publica en la Revista de Investigación en Ciencias Sociales (*Zeitschrift für Sozialforschung*) del Instituto de Investigación Social su famoso estudio *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*¹³. En este estudio se van a poner muchos de los contenidos que van a significar el pensamiento de la Teoría Crítica. En los quince puntos que van precedidos de un prólogo y que finalizan con un epílogo, se considerará la posibilidad de la reproducción industrial de la obra de arte. Esta reproducción técnica se relaciona a la vez con la intervención de las masas en

¹¹ Herbert MARCUSE, *Eros y civilización*, Barcelona: Seix Barral, pág. 95.

¹² Raymond GEUSS, *Die Idee einer Kritischen Theorie*, Berlin: Hain, 1987.

¹³ Walter BENJAMIN, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Iluminaciones*, Madrid: Taurus, 1971.

la historia. Así, utilizando conceptos de Hegel, Marx, Paul Valéry, Bertolt Brecht o André Bretón se repasan los cambios que la obra de arte ha experimentado con la aplicación de la técnica a su reproducción para masas.

La fotografía y el cine (Benjamín se centra en el fotógrafo Eugène Atget y en el cineasta Abel Gance) han alterado radicalmente la recepción de la obra artística. El teórico de Frankfurt desarrolla un repaso histórico sobre la función del arte en las sociedades anteriores al industrialismo. Benjamín subraya que en épocas previas el arte tenía una función ritual y religiosa. Lo ceremonial y el culto religioso cumplían el objetivo de acercar a los individuos a la divinidad, con el paso del tiempo el arte perderá su destino ceremonial para pasar a tomar un sentido nuevo unido a la creatividad estética. Aquí, Benjamín introduce uno de los términos fundamentales de su obra: el concepto de *aura*. El *aura* se definirá como *la aparición única de una lejanía*; es decir, la obra de arte contiene un espacio y un tiempo propios que la hacen única e irrepetible en sí misma¹⁴. Para Benjamín, con la reproductibilidad técnica la unicidad de la obra de arte se pierde. El *aura* queda vulnerada, se masifica la contemplación estética y se pierde la reflexión introspectiva que requiere la creación. Como afirmará el teórico crítico, se asiste a una proletarización creciente de la obra de arte, y unida a esta proletarización las masas como si fueran un agujero negro devoran insaciablemente todas las formas culturales, convirtiéndolas en simulaciones y falsificaciones. El fascismo es el mejor ejemplo del uso ideológico de la obra de arte, al estetizar la política y al politizar la estética. El final del estudio benjaminiano acaba con una reflexión sobre la politización del arte en el comunismo. Benjamín apela finalmente a la reconstrucción de la experiencia estética, devolviendo el *aura* a creadores y públicos, y saliendo de las nuevas formas de alienación ideológica de la Sociedad de Masas.

Walter Benjamín abre, pues, la importancia y la fascinación que la Teoría Crítica tendrá sobre la influencia del capitalismo en la cultura. Sin embargo, no debemos olvidar a un autor que será la figura a menudo oculta del aprendizaje teórico de Adorno y Benjamín. Nos referimos a Siegfried Kracauer quien fue profesor de filosofía de Adorno, e inicial estudioso del cine y de los fenómenos de Masas¹⁵. En su libro *De Caligari a Hitler*¹⁶ se encuentran ya muchos de los planteamientos de la

¹⁴ El *aura* es uno de los conceptos fundamentales del análisis estético de Benjamín y también de la Primera Generación de Frankfurt.

¹⁵ Siegfried KRACAUER, *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa*, Barcelona: Gedisa, 2009.

¹⁶ Siegfried KRACAUER, *De Caligari a Hitler*, Barcelona: Paidós, 1985.

posterior Escuela: el autoritarismo, la manipulación colectiva, el uso del inconsciente social, la locura y la demencia política y, en general, ese “ornamento de la masa” que va imponiéndose en las conciencias de la sociedad masificada.

Coincide este año de 1934 y de la publicación del estudio de Walter Benjamín, con el exilio de Max Horkheimer a los Estados Unidos y la creación de un nuevo Instituto de Investigación Social en la Universidad de Columbia en Nueva York. A partir de este momento entramos en una nueva etapa de la Teoría Crítica más centrada en el análisis de la Industria de la Cultura y la Sociedad de Masas. En París (1936) se publicarán los *Estudios sobre la autoridad y familia*¹⁷ de Max Horkheimer. A partir de estos estudios se emprenden un giro nuevo a las investigaciones Frankfurianas sobre sociedad y cultura. La obra central será la publicación de la *Dialéctica de la Ilustración* (1947)¹⁸. Esta obra tiene que considerarse como el manifiesto indudable del estudio de la Industria de la Cultura como *engaño de las Masas*, tal y como Horkheimer y Adorno titulan el capítulo central del libro.

La *Dialéctica de la Ilustración* es una obra contradictoria. Esa contradicción proviene de la discordancia que busca encontrar entre la razón iluminista de la Ilustración y las incoherencias de la sociedad masificada. Para ello, Horkheimer y Adorno se aventuran en un recorrido que va desde la Odisea de Homero hasta la obra del marqués de Sade desembocando en la Industria Cultural para Masas. Es, pues, un itinerario a menudo lleno de paradojas y marcado en exceso por las influencias que el Nazismo ha tenido en la sociedad alemana de los años treinta del siglo pasado. El Siglo de las Luces se juzga como culpable del fascismo y del Nazismo. Las argumentaciones que se dan sobre la Ilustración reflejan las influencias nietzscheanas sobre los autores de Frankfurt. En este sentido, la identificación de Kant con los objetivos utilitarios del capitalismo crea una indebida relación entre ética kantiana e interés burgués. Comentarán Adorno y Horkheimer:

“Las doctrinas morales de la ilustración ponen de manifiesto el desesperado intento de encontrar, en sustitución de la religión debilitada, un razón intelectual para sostenerse en la sociedad cuando falla el interés. Los filósofos, como auténticos burgueses pactan en la praxis con los poderes que según su teoría están condenados. Las teorías son consecuentes y duras; las doctrinas morales, propagandísticas y sentimentales, incluso allí donde su tono es rigorista; o bien son

¹⁷ Max HORKHEIMER, *Estudios sobre la autoridad y familia y otros escritos*, Barcelona: Paidós, 2000, también *Crítica de la razón instrumental*, Madrid: Trotta, 2002.

¹⁸ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Trotta, 1994.

golpes de fuerza, dados desde la conciencia del carácter no derivable de la moral misma, como el recurso de Kant a las fuerzas morales consideradas como un hecho. Su intento de deducir, si bien de forma más cauta que toda la filosofía occidental, el deber de respeto mutuo de una ley de la razón, carece de todo sostén crítico. Es el intento habitual del pensamiento burgués de fundamentar el cuidado, sin el cual no puede existir civilización, de otra forma que a través del interés material y la violencia: sublime y paradójico como ninguno otro antes, y efímero como todos ellos.”¹⁹

La aleatoria forma con la que los teóricos de Frankfurt despachan la ética kantiana comparándola con la visión burguesa del cálculo pragmático sólo puede ser comprendida por la situación de exiliados judíos y de su extrañamiento ante su expatriación en Norteamérica. De aquí que hay una acometida irascible ante la cultura europea y sus planteamientos ilustrados. Pero no únicamente se arremeterá contra la Ilustración, también la cultura popular norteamericana será introducida en el conjunto de críticas a la Cultura de Masas. De nuevo, los autores críticos se van a enfrentar a un totalitarismo, pero esta vez *totalitarismo blando* como es el que se produce en la sociedad norteamericana de consumo y cultura industrializados. La perspicacia con la que Horkheimer y Adorno perciben la creación de un modelo cultural de carácter mercantil suple algunos de los tópicos con los que juzgan a la sociedad norteamericana. No se puede olvidar que *Dialéctica de la Ilustración* es un texto escrito bajo el impacto de la Segunda Guerra Mundial, y ello se observa en las apreciaciones que se hacen sobre la influencia de los pensadores ilustrados en la posterior pseudocultura comunicativa. De todos modos y pese a estas valoraciones de la Ilustración en la *Dialéctica de la Ilustración* se encuentran interesantes observaciones sobre el destino de la cultura en su mutación en cultura industrial. El capítulo central del libro “La Industria Cultural. Ilustración como engaño de masas” debe ser considerada como el origen de muchas de las concepciones posteriores sobre la cultura en el capitalismo.

Para analizar este capítulo será necesario situarnos en el eje central de la Industria Cultural según el cual existe “un *continium*” en la totalidad de estructuras de la sociedad industrial, siendo el motivo cardinal *la tecnología aplicada a los procesos creativos*. A partir de esta observación se van a tratar de examinar cómo se condiciona la cultura por el sistema económico. A este respecto se afirmará:

¹⁹ Ibid., pág. 133.

“La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma. Los automóviles, las bombas y el cine mantienen unido el todo social, hasta que su elemento nivelador muestra su fuerza en la injusticia misma a la que servía. Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual.”²⁰

La ideología se ha tecnificado y su poder y dominación se ha incrementado radicalmente. Adorno y Horkheimer perciben con claridad un hecho indudable; esto es, que al tecnologizarse la ideología ya no estamos hablando sólo de un *proceso superestructural* cuanto de una *infraestructura material* que nos permite estudiar con métodos empíricos y objetivos los efectos de la ideología. Para los teóricos de Frankfurt, la Industria Cultural resulta, al mismo tiempo, una paradoja como industria y como cultura, y nos pone de relieve los mecanismos y estrategias con las que el mercado produce unas mercancías en las que *las cosmovisiones sociales* ejercen el rol principal de dominación y control. La cultura ha devenido en mercancía, y los deseos en intereses en un nuevo tipo de alienación en el que la psicología y la conciencia entran como la parte más necesaria del negocio ideológico²¹. Pero, para los teóricos críticos, el gran significado de esta objetividad de la ideología va a provenir, precisamente, del análisis de los Medios de Comunicación de Masas. La comunicación masificada nos posibilita adentrarnos en la articulación de la ideología en las sociedades de capitalismo avanzado, representando los Estados Unidos el campo sociológico más característico de esta situación.

El exilio de los teóricos de la Primera Generación en Norteamérica les permitió conocer directamente la industrialización de la cultura. La cultura convertida en mercancía y al servicio de la publicidad universal, como afirman Horkheimer y Adorno en la *Dialéctica de la Ilustración*, resulta una auténtica fuerza material en la que se institucionaliza la ideología creando uno de los mecanismos determinantes del capitalismo: la Opinión pública. La sociedad burguesa se estructura organizativa y políticamente sobre el parlamento y la institucionalización de la *publicitas*. En este sentido, el control social va a basarse sobre *los climas de opinión* y la difusión de valores sociales acordes con los procesos de acumulación económica. Tomando de

²⁰ Ibid., pág. 166.

²¹ Ibid., págs. 165-203.

Max Weber el concepto de *racionalización*, la racionalización ideológica descansará sobre una Opinión pública en la que se modifica la subjetividad colectiva de manera que la Industria Cultural deviene en Industria de la Conciencia. Adorno y Horkheimer afirmarán:

“Cuanto menos tiene que prometer la industria cultural, menos puede ofrecer una explicación significativa de la vida y más vacua es la ideología que propaga. Aun los ideales abstractos de la armonía y la beneficencia de la sociedad son demasiado concretos en esta época de publicidad universal. Hemos aprendido incluso a identificar conceptos abstractos tales como propaganda de ventas. El lenguaje basado enteramente en la verdad suscita simplemente la impaciencia de llevar a cabo el asunto comercial que supuestamente propone. Las palabras que no son medios parecen sin sentido; las demás parecen ficticias, engañosas. Los juicios de valor se toman bien como publicidad, bien como charla insustancial. Según esto, la ideología se ha vuelto vaga y evasiva y, por tanto, ni más clara ni más débil. Su misma vaguedad, su aversión casi científica a comprometerse a algo que no pueda verificarse, sirve de instrumento de dominación. Se convierte así en promulgación vigorosa y prefijada del *status quo*. La industria cultural tiende a encarar pronunciamientos autoritarios y se erige así en profeta irrefutable del orden preponderante.”²²

El autoritarismo que los autores de Frankfurt conocieron en el Nazismo, en donde las tendencias sadomasoquistas tenían el efecto de crear personalidades adaptadas en la totalidad de su vida a las consignas política dominantes, lo vuelven a encontrar de nuevo en el funcionamiento de los *mass-media* en Norteamérica. No es de extrañar que una obra tan monumental como *La personalidad autoritaria*²³ se publicase en Nueva York y resultase un análisis primordial sobre el carácter dictatorial de las psicologías sociales en sociedades marcadas por lo mercantil y lo publicitario. En estas condiciones, la nueva cultura de masas refleja la tecnologización del autoritarismo. Pero, sobre todo, el entramado de un nuevo modelo cultural se sostiene sobre una ideología antiilustrada e industrial: *la pseudocultura*.

²² Ibid., cfr. también James CURRAN, Michael GUREVITCH y Janet WOOLACOT, *Sociedad y comunicación de masas*, México: F.C.E., 1981, pág. 393.

²³ Theodor W. ADORNO et. al., *La personalidad autoritaria*, Buenos Aires: Proyección, 1967.

La *Pseudocultura* es una de las aportaciones propias de Adorno en el análisis de la Industria Cultural²⁴. En *Televisión y Cultura de Masas*²⁵ los mecanismos simbólicos que articulan las representaciones comunicativas son estudiados por el teórico crítico, para precisar qué tipo de dinámica cultural se difunde a través de los mensajes mediáticos. La definición de Pseudocultura resulta del rebajamiento y la reducción de los contenidos culturales de carácter racional y crítico que se emiten en los Medios de Comunicación de Masas. La trivialización y la insustancialidad se difunden con las siguientes características: la selección de mensajes, la homogeneización de contenidos, uniformidad de los receptores-consumidores, la fragmentación de los mensajes, la moral del éxito como valor fundamental y, por último, la subjetivación irracional de los ciudadanos ante el impacto mediático. A partir de aquí la Pseudocultura se impone como la ideología dominante en la que el ataque a la cultura humanista y clásica será una de sus constantes, pero asimismo la cultura ilustrada se rechaza por anacrónica y superada. En consecuencia, la Pseudocultura se dirige de forma directa a la conciencia. La *cosificación*, la *alienación* y la *falsa conciencia* reaparecen, sólo que ahora revestidas de un poder ideológico nuevo con una tecnología poderosísima y una ciencia que fomenta la aparición de una falsa subjetividad fomentada por el capitalismo tardío.

Para comprender específicamente el análisis de Adorno sobre la Industria Cultural nada más representativa que la investigación sobre la música de consumo y su difusión radiofónica. La producción de Adorno sobre cuestiones musicales es de una gran innovación y complejidad. Sus estudios recogen cuestiones tan diferentes como monografías sobre Mahler. *Una fisonomía musical*²⁶, Berg. *El maestro de la transición mínima*²⁷, ensayos sobre Beethoven, Wagner, Ravel, Weill-Brecht, Schönberg, Webern, Hindemith, Sibelius en libros tan fundamentales como *Impromptus*²⁸, *Reacción y progreso*²⁹ o *Filosofía de la nueva música*³⁰. Sin embargo, dos libros de Adorno son característicos del examen crítico sobre la Industria Cultural de la Música:

²⁴ La *Pseudocultura* se encuentra en castellano en varios estudios de Adorno en "Sociológica", Madrid, Taurus, 1979, y en "Filosofía y superstición", Madrid, Alianza, 1969.

²⁵ Theodor W. ADORNO, *Televisión y cultura de masas*, Córdoba (Argentina): Eudecor, 1966.

²⁶ Theodor W. ADORNO, *Monografías Musicales (Mahler. Un fisonomía musical)*, Madrid: Akal, 2008. págs. 145-315.

²⁷ Theodor W. ADORNO, *Monografías Musicales (Berg. El maestro de la transición mínima)*, Madrid: Akal, 2008. págs. 315-479.

²⁸ Theodor W. ADORNO, *Impromptus*, Barcelona, Laia, 1985.

²⁹ Theodor W. ADORNO, *Reacción y progreso y otros ensayos musicales*, Barcelona: Tusquets, 1975.

³⁰ Theodor W. ADORNO, *Filosofía de la nueva música*, Madrid, Akal, 2003.

*Disonancias*³¹ y *El cine y la música*³². En ellos se encuentran los planteamientos más significativos de la crítica a la utilización empresarial y comercial de la música. Los artículos más representativos serían “Sobre el carácter fetichista en la música y la regresión del oído”, “La música dirigida”, “Crítica del ‘Musikant’”, “El envejecimiento de la nueva música”. A partir de estos estudios se pueden encontrar los temas centrales para entender la crítica a la Industria Cultural. Entre estos temas van a estar: la cosificación cultural, el poder material de la ideología, el autoritarismo comunicativo, la industrialización de las conciencias, la anulación de las facultades humanas a través de mensajes mediáticos y, sobre todo, la regresión de las sociedades hacia fases históricas preindustriales. Todas estas características se resumen en uno de los artículos centrales de *Disonancias* que es “Sobre el carácter fetichista en la música y la regresión del oído”.

En este estudio Adorno interrelaciona psicología colectiva y música de consumo de masas a partir de la mediación del concepto de *fetichismo*. El fetiche desestructura las relaciones entre *sujetos* y *objetos* de modo que, como ya señaló Marx, todo queda alterado por la lógica de la mercancía capitalista. A este respecto, “la música dirigida”, como define el teórico crítico, fragmenta las capacidades comprensivas de los individuos bloqueando sus actitudes sensitivas e intelectuales. Pero este bloqueo es más grave de lo que parece, ya que unifica a los individuos en forma de masas que son uniformadas con una dominación “suave”, pero científicamente administrada. Afirmará Adorno:

“Los oyentes en situación regresiva poseen también muchos puntos comunes decisivos con el hombre que tiene que hallar el modo de matar el tiempo porque no puede dar salida de otro modo a su agresividad, y con los obreros temporeros. Hay que disponer de mucho tiempo libre y de muy poca libertad para llegar a ser un experto de ‘jazz’ o para estar todo el santo día pegado al aparato de radio; y la destreza que se encuentra tan a gusto entre las síncopas como entre los ritmos fundamentales es la misma del mecánico de automóviles que es capaz de reparar asimismo, con toda destreza, el altavoz o la luz eléctrica. Los nuevos oyentes se asemejan a los mecánicos, especializados y al mismo tiempo capaces de aplicar sus conocimientos especiales en los puntos y momentos más inesperados, fuera del trabajo propio de ellos. Pero esta huida de la pura especialización sólo les

³¹ Theodor W. ADORNO, *Disonancias*, Madrid, Rialp, 1966.

³² Theodor W. ADORNO, *El cine y la música*, Madrid, Fundamentos, 1981.

libera aparentemente del sistema. Cuanto más hábilmente se adapten a las exigencias de su momento respectivo tanto más rígidamente se verán sometidos a aquel sistema.”³³

La elaboración ideológica que cosifica las conciencias es la función de las Industrias Culturales. La música de consumo para masas “despolitiza politizando”. Esta paradoja es el contrasentido de esa regresión al que Adorno denomina “masoquismo auditivo”. De aquí la crítica que Adorno hizo de las músicas estandarizadas y del jazz que se presenta como “improvisación” cuando, realmente, no tiene un auténtico sentido de fortuito ni de inesperado. El rechazo adorniano de la música de las orquestas a lo Glen Miller o Benny Goodman no tiene, como han insinuado ladinamente algunos autores, un sesgo elitista sino, sobre todo, el carácter regresivo que actúa en el receptor. El abandono de los ideales de liberación y de justicia es parte de esos efectos regresivos a los que el autor frankfurtiano hacía referencia en su análisis. Las Industrias de la Conciencia, en consecuencia, esquematizan todos los acontecimientos y convierten lo patológico en normalidad, creando unas psicologías sociales en las que la pérdida de las conexiones racionales y causales entre los fenómenos trabaja siempre a favor de una dominación irracional y planificada por los gestores empresariales y políticos de estas Industrias de la Conciencia.

Marcuse será el último frankfurtiano de la Primera Generación. Su fallecimiento en mil novecientos setenta y nueve cierra la etapa fundacional de la Escuela. Si Adorno habló de la *Pseudocultura*, Marcuse se centrará en el concepto de la *Unidimensionalidad* de las sociedades avanzadas. Por *Unidimensionalidad* se entenderá la *Sociedad de la Administración Total*; esto es, una cotidianidad dominada por las formas de consumo y los *mass-media*. Los ciudadanos pasan a ser *consumidores-receptores* en un capitalismo tardío en el que el Estado es una parte más del Mercado financiero y monopolista. En este sentido, *unidimensionalidad* se contrapone a *bidimensionalidad*, entendiendo por este término el conocimiento de una multiplicidad de puntos de vista, de diferentes formas de entender la realidad y en donde el ciudadano elige racionalmente lo que considera más adecuado con sus intereses; sin embargo, con el dominio y el funcionamiento de la Industria de la Cultura, esta libertad desaparece. Se impone una unidimensionalidad en la que el *best-seller* sustituye y reemplaza a la literatura creativa, el productor estándar y comercial suplantando a la música estética o innovadora, el cine para consumo industrial elimina un

³³ Theodor W. ADORNO, *Disonancias*, ob. cit., págs. 60-61.

séptimo arte de autores personalizados y creadores. De esta forma, la complejidad temática y estática o la profundidad reflexiva e intelectual desaparecen. Se pregunta Marcuse:

“¿Cómo y dónde puede desarrollarse, a escala social, la creatividad individual en una sociedad en la que la producción material es mecanizada, automatizada y regulada cada vez más? Se presentan por sí mismas las alternativas siguientes: 1) o bien la producción material modifica fundamentalmente su carácter y se transforma del trabajo ‘alienado’ en trabajo no alienado; 2) o bien la producción material se divorcia por completo de la individualidad creadora (salvo en lo relativo a la inteligencia y la imaginación tecnológica llamadas a cuidar el aparato productivo), y los individuos son creadores fuera de la producción material³⁴

Las Industrias de la Cultura, para Marcuse, acaban con la creatividad individual. La planificación económica sustituye la cotidianidad de los individuos en la fase postindustrial del capitalismo administrado. En el libro *Crítica de la tolerancia pura*³⁵ Marcuse replantea no sólo conceptos marxianos sino, especialmente, freudianos. La *desublimación represiva* fue uno de los temas más estudiado por el autor crítico. En *Eros y Civilización*³⁶ y en *La vejez del Psicoanálisis*³⁷ se analizarán la socialización de los ciudadanos denominados *unidimensionales*. La socialización en la reciente sociedad deja de aprenderse en los grupos primarios (familia, escuela y grupos de iguales), para ser sustituidos por lo que con posterioridad Habermas considerará con el explicativo término de *integración sistémica*, y con ello quiere definir cómo *los grupos secundarios (mass-media)* integran y adaptan a los individuos a las imposiciones de la Industrias Culturales. Por consiguiente, la integración sistémica resulta ser la adquisición de pautas de conducta mediante la introyección de los valores, comportamientos y modelos que la Industria Cultural ofrece a unos ciudadanos desorientados y confusos. Pero la desublimación represiva implica *la inmediatez de la conciencia y del sentido común* según la que los individuos se integran en *un puro presente* de manera que su percepción de la realidad está siempre en dependencia de las imposiciones y objetivos que establecen los grupos de poder, de interés y de presión comunicativa y mediática. Así, el entendimiento colectivo se constituye

³⁴ Herbert MARCUSE, *Ensayos sobre política y cultura*, Barcelona, Ariel, 1981, pág. 68.

³⁵ Herbert MARCUSE, *Crítica de la tolerancia pura*. Madrid, Editora Nacional, 1977.

³⁶ Herbert MARCUSE, *Eros y civilización*, ob. cit.

³⁷ Herbert MARCUSE, *La vejez del Psicoanálisis*. Buenos Aires, Proceso, 1971.

artificialmente desde los mensajes comunicativos, y de aquí la inmediatez con la que la unidimensionalidad conforma “el sentido común” y la psicología de los ciudadanos, convertidos ahora y en la actualidad en consumidores-receptores. Marcuse comentará:

“Pero mientras más cercana está la posibilidad de liberar al individuo de las restricciones justificadas en otra época por la escasez y la falta de madurez, mayor es la necesidad de mantener y extremar estas restricciones para que no se disuelva el orden de dominación establecido. La civilización tiene que defenderse a sí misma del fantasma de un mundo que puede ser libre. Si la sociedad no puede usar su creciente productividad para reducir la represión (porque tal cosa destruiría la jerarquía del *status quo*), la productividad debe ser vuelta *contra* los individuos; llega a ser en sí misma un instrumento de control universal.”³⁸

La desublimación represiva es uno de los mecanismos psíquicos predominantes de las sociedades de Masas. La permisibilidad que el neocapitalismo deja a los ciudadanos es explicada por Marcuse a través de la desublimación represiva de modo que la pérdida del sentido de cualquier acto social garantice la pervivencia del sistema. La Sociedad de Consumo y los Medios de Comunicación de Masas posibilitan cualquier tipo de actividad incluso cercana a lo ilícito (erotismo, adicciones variadas, acciones corruptas, etc.), sin embargo se permiten estas actividades mientras no entren en contradicción con las estructuras económicas, políticas y culturales del capitalismo tardío. El mercado y sus leyes son los límites de la realidad que no pueden ser traspasados por ningún fenómeno que fomente cambios profundos en la organización capitalista. La *tolerancia destructiva o represiva* se convierte en imprescindible para el funcionamiento de la Industria Cultural. En el fundamental libro marcusiano *Crítica de la tolerancia pura* se comenta:

“El peligro de la ‘tolerancia destructiva’ (Baudelaire), de la ‘neutralidad benévola’ hacia el arte ya se ha reconocido: el mercado, que absorbe igualmente bien (aunque a menudo con repentinas fluctuaciones), arte, antiarte, y no arte, todos los posibles estilos, escuelas y formas en conflicto, proporciona un ‘complaciente receptáculo, un amistoso abismo’.”³⁹

La desublimación represiva acepta a todos los sectores sociales incluido el arte y la creación cultural. Para Marcuse, el hombre unidimensional está caracterizado por esa tolerancia destructiva en la que las más variadas patologías se ejercen como

³⁸ Herbert MARCUSE, *Eros y civilización*, ob. cit., pág. 95.

³⁹ Herbert MARCUSE, *Crítica de la tolerancia pura*, ob. cit., pág. 82 s.

comportamientos “habituales”. Por tanto, la Industria de la Cultura tiene unos efectos psicosociales que proviniendo de la infraestructura que se refleja en la superestructura en su organización de formas ideológicas múltiples; no obstante, en donde mejor se observan los efectos de la Industria Cultural será en los mensajes comunicativos dirigidos a jóvenes y niños. El cine infantil-juvenil, los videojuegos, los comics y, en general, todos los contenidos mediáticos en los que predomina la *integración sistémica* se singularizarán por el feroz ataque a los procesos educativos en los que se enseñen conocimientos humanísticos o éticos de carácter racional y críticos. Nos encontramos con unos estados psíquicos en los que se manipula a los ciudadanos con una *disolución del yo* dramática, puesto que la *identificación* de los individuos con los modelos que ofrecen los *mass-media* demuestra la catástrofe cultural en la que la Industria Cultural ha sumido la totalidad de los aspectos intelectuales y creativos en las actuales sociedades.

Para Marcuse la Sociedad Unidimensional es la sociedad surgida de la Industria Cultural y su control ideológico, de forma que en el Nazismo y en el Fascismo el dominio sobre los individuos dejaba un margen de protesta ante las arbitrariedades y las injusticias. Sin embargo, en la Sociedad de Masas dominada por la poderosísima ideología mediática los consumidores-receptores no tienen resquicios desde los que poder asomarse al exterior de la burbuja ideológica. Los contenidos ideológicos han devenido en contenidos psíquicos; y con ello, la *identificación* de los ciudadanos con las estrategias ha conducido a la peor de las catástrofes: una dominación aceptada en la que los mismos individuos se sienten cómodamente instalados, inconsciente y sumisamente dominados.

3. LA SEGUNDA GENERACIÓN DE LA TEORÍA CRÍTICA, OPINIÓN PÚBLICA E INDUSTRIA CULTURAL

Hasta hace pocos años aún había dudas sobre la existencia de una Segunda Generación de la Teoría Crítica. La desconfianza hacia la existencia de esta Segunda Generación provenía, fundamentalmente, de la multiplicidad de temas y de herencias teóricas de los autores que se clasificaban dentro de esta nueva Generación. Autores como Jürgen Habermas, Claus Offe, Oscar Negt, Axel Honneth o Albrecht Wellmer⁴⁰ se centraban en temas y materias a menudo muy alejados de los que dieron origen a la Escuela de Frankfurt. De todos ellos, quizás, es Jürgen Ha-

⁴⁰ Blanca MUÑOZ, *Modelos culturales*, Barcelona: Anthropos, 2005, págs. 227-295.

bermas quien se ha considerado como el auténtico heredero de la Escuela no sólo por su relación académica con Adorno, sino también por el legado transmitido a las nuevas promociones de filósofos y sociólogos y, en general, de científicos sociales a los que ha influido de manera directa y evidente. Por tanto, pese a las vacilaciones sobre una Segunda Generación, lo cierto es que se puede considerar cierta una continuidad de los planteamientos de Frankfurt sólo que con las variaciones y cambios propios del actual momento histórico.

Partiendo de la convicción de la existencia de una Segunda Generación de Teoría Crítica, Habermas representa la reanudación del pensamiento frankfurtiano después de la Segunda Guerra Mundial. De esta forma, en el análisis de las Industrias Culturales en Habermas hay una relación conceptual que va de un estudio de las contradicciones que desde Kant atormentan al pensamiento racional: legalidad-moralidad, razón instrumental-razón comunicativa y dominio privado-dominio público. De estas dicotomías el autor de *Conocimiento e interés*⁴¹ se va a centrar en la *ideología* entendida desde el punto de vista del concepto de *interés*; es decir, para Habermas, por “interés” hay que entender *las orientaciones básicas adscritas a determinadas condiciones fundamentales de la posible autorreproducción y autoconstitución de la especie humana*. El trabajo y la interacción serán las dos categorías que estructuren tres grandes grupos de intereses de la acción humana: el interés técnico, el interés práctico y el interés emancipativo. Trabajo, lengua y dominio van a establecer relaciones con los conceptos de fuerzas de producción, tradición cultural y legitimación, desarrollando un campo temático en el que el objetivo principal va a ser la aclaración de cómo se organiza y domina *el actual capitalismo tardío*. Sin embargo, antes de entrar en la investigación del capitalismo postindustrial en *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*⁴², el autor neofrankfurtiano va a emprender un examen de la Opinión pública desde su concepción burguesa hasta los *mass-media* en su libro *Historia y crítica de la opinión pública*⁴³.

Para Habermas, el fenómeno ideológico se ha legitimado al convertirse en ciencia y en técnica. Ambas han conseguido integrar al proletariado en los intereses de *la racionalidad instrumental*. Superestructuras e infraestructuras se han unificado en función de una dominación “más aceptable”. En este modelo nuevo de dominación, la acción científica ha ensamblado el ámbito de lo privado y el de lo público a

⁴¹ Jürgen HABERMAS, *Conocimiento e interés*, Madrid: Taurus, 1982.

⁴² Jürgen HABERMAS, *Problemas de legitimación del capitalismo tardío*, Buenos Aires: Amorrortu, 1986.

⁴³ Jürgen HABERMAS, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona: Gustavo Gili, 1982.

través de la actuación de los *mass-media* y su capacidad para conformar a la Opinión pública. Esta última tuvo con la ascensión de la clase burguesa, un relevante papel liberalizador en el siglo XVIII, pero en la actualidad la Opinión pública se ve convertida en uno de los instrumentos de control y dominación más eficaces del neocapitalismo. Comentaré el autor crítico:

“Ya de entrada, la opinión pública es definida en relación a la manipulación, con cuya ayuda los dominadores políticos han de intentar ‘poner al unísono las disposiciones de la población con la doctrina política y con la estructura política, con el estilo y con los resultados del ininterrumpido proceso de toma de decisiones’. La opinión pública sigue siendo objeto de dominación también en los casos en los que ésta se ve obligada a hacerle concesiones y a reorientarse; la opinión pública no está ya vinculada ni a las reglas de discusión pública o a formas de verbalización, ni debe ocuparse de problemas políticos, ni menos aún dirigirse a instancias políticas. Su relación con la dominación, con el poder, aumenta, por así decirlo, a espaldas suyas: los deseos ‘privados’ de automóviles y refrigeradores caen bajo la categoría de ‘opinión pública’, exactamente igual que el resto de modos de conducta de grupos cualesquiera con tal de que sean relevantes para el ejercicio de las funciones estatal-sociales de la dominación y la administración.”⁴⁴

En el capitalismo tardío la ideología tiene su tema central en una Opinión pública en la que información, opinión y publicidad están estrechamente interrelacionados. La *comunicación*, en consecuencia, se va a convertir en el aspecto esencial al que Habermas va a dedicar su *reconstrucción del Materialismo Histórico*, tal y como tituló uno de sus libros precursores de su monumental *Teoría de la Acción Comunicativa*⁴⁵.

En el término de Opinión pública en la teoría habermasiana se inserta el tema de la Industria de la Cultura. Ahora bien, la novedad del concepto en Habermas está referido a la introducción de una nueva línea teórica en la tradición Frankfuriana, y así conjuntamente con Marx, Freud y Weber se incorpora la obra de Alfred Schütz y su planteamiento de *mundo de la vida* que en Habermas dará lugar a un tema nuevo: *la colonización del mundo de la vida*. Las Industrias de la Conciencia que ya se han convertido en industrias plurales, puesto que van desde la música de consumo, al cine para masas y las tecnologías de información y comunicación, son

⁴⁴ *Ibid.*, pág. 268.

⁴⁵ Jürgen HABERMAS, *Teoría de la Acción Comunicativa*, Madrid: Taurus, 1987. Dos tomos.

valoradas por el teórico crítico como la acción ideológica de la Opinión pública en las sociedades de capitalismo tardío. Una profunda irracionalidad caracteriza a estas sociedades postindustriales. La acción de la razón instrumental al servicio de una economía cada vez más privatizada y restringida a unas élites todopoderosas, le parece al autor de la Segunda Generación, la consecuencia directa de esa colonización del mundo de la vida que sufren los ciudadanos del Primer y Segundo Mundo, considerando que los análisis de Marcuse sobre el Tercer Mundo en *El final de la Utopía*⁴⁶, siguen teniendo la misma validez que en el momento en el que fueron escritos. Por tanto, ciencia y técnica instrumentales definen la dominación contemporánea en la que un consumo despilfarrador se conjunta con una enorme pobreza y miseria, de manera que el desequilibrio define a un capitalismo tardío que ha perfeccionado los instrumentos tecnológicos de la ideología y de la dominación psicológica.

Las Industrias Culturales de la fase neocapitalista de la Postindustrialización tendrán los mismos efectos y más acrecentados en la reciente fase de la Globalización contemporánea. Sin embargo, Habermas ya preveía esta evolución en la dominación de las conciencias y, de aquí, su profundo interés por estudiar la Acción Comunicativa como una teoría de la colonización de las conciencias en la actualidad. Utilizando el concepto cibernético de *autorregulación*, tomado de Niklas Luhmann y a su vez por Habermas y aplicado al funcionamiento social, se tratará de investigar cómo se produce *la integración sistémica y la organización institucional del postindustrialismo*. En *Historia y crítica de la opinión pública* la sociedad burguesa tuvo en *la legitimación* de sus estructuras la posibilidad de la continuidad de sus fuerzas productivas, haciéndose inseparables la ideología y la economía a través de las formas de legitimación del poder y la racionalización colectiva. Pero, para consolidar esta situación, las interacciones simbólicas se van a constituir en formas imprescindibles del capitalismo tardío y, así, la acción comunicativa de los *mass-media* tendrá que centrarse en *los estados y procesos subjetivos* (sentimientos, pensamientos, pulsiones y, en general, los fenómenos psíquicos y psicológicos) que enmarcan el mundo de las significaciones colectivas. En suma, la teoría habermasiana de la Acción Comunicativa está inseparablemente unida al funcionamiento de las Industrias de la Conciencia y sus efectos instrumentales.

⁴⁶ Herbert MARCUSE, *El final de la Utopía*, Barcelona: Ariel, 1968.

Habermas identifica Industrias Culturales con comunicación tecnologizada e ideología instrumental, siguiendo el concepto de racionalidad instrumental de Horkheimer. La colonización del mundo de la vida, entonces, provendría una dominación sistémica en la que los individuos asumen una profunda irracionalidad como consecuencia de la interiorización de los mensajes mediáticos y sociales. Se hace imprescindible, por tanto, reformular una Teoría de la Acción comunicativa como reconstrucción de la subjetividad de los ciudadanos y de su acción social. Siguiendo la distinción de Austin entre actos constatativos y performativos el autor crítico revisará la elaboración de discursos, utilizando los “juegos lingüísticos” de Wittgenstein, para entender la pluralidad de lenguajes y, sobre todo, “los lenguajes enmascarados” que llamamos ideología. Por tanto, la clasificación de los actos comunicativo-lingüísticos en representativos, constatativos, regulativos y comunicativos plantea una búsqueda de una racionalidad intersubjetiva que a través de un lenguaje no ideológico pueda entenderse como una teoría crítica de la sociedad. La racionalidad como *a priori* de la sociedad debería salir de la problemática de la cosificación comunicativa y de las argumentaciones míticas y mitológicas de la Comunicación instrumental y volver a formas discursivas y comunicativas con pretensiones de validez y coherencia. Como plantea Habermas:

“La racionalidad de las imágenes del mundo no se mide por propiedades lógicas y semánticas, sino por las categorías que pone a disposición de los individuos para la interpretación del mundo. Cabría hablar también de ‘ontologías’ inscritas en las estructuras de las imágenes del mundo si este concepto que procede de la tradición de la metafísica griega no se redujera a una determinada relación específica con el mundo, a la relación cognitiva con el mundo del ente. En la filosofía no se ha formado un concepto parejo que incluya la relación con el mundo objetivo. Es una deficiencia que trata de subsanar la teoría de la acción comunicativa.”⁴⁷

Para romper con las imágenes ideológicas del mundo impuestas por los *mass-media* tecnologizados y al servicio de los grupos de poder, Habermas transforma el paradigma frankfurtiano reemplazando a Freud y Marx por Weber y Mead. De este modo, se plantea en el proceso comunicativo la sustitución de las relaciones de producción del mensaje por las relaciones de *competencia* del hablante y, asimismo, la teoría de los efectos sociales de los *mass-media* se reemplaza por la *crisis de con-*

⁴⁷ Jürgen HABERMAS, *Teoría de la Acción Comunicativa*, ob. cit., págs. 72-73.

ciencia de la Modernidad. No es extraño, por tanto, que la Cultura de Masas se presente como una “metafísica” mediática de las imágenes del mundo. Ideología que con la teoría de la Acción Comunicativa encuentra nuevos instrumentos de análisis de la crisis de nuestro tiempo como una profunda crisis de conciencia colectiva e individual. Pero en esta crisis el mayor desequilibrio no va a provenir únicamente de las Industrias Culturales analizadas tecnológicamente, cuanto de un fortísimo ataque a los ideales ilustrados como se afirma en uno de los libros más aclamados del pensamiento habermasiano *El discurso filosófico de la Modernidad*⁴⁸. Un comentario de Habermas en la Universidad de Nueva York nos clarifica su posición, “una corriente emocional –afirmará el filósofo frankfurtiano– de nuestro tiempo que ha penetrado en todas las esferas de la vida intelectual, colocando en el orden del día teorías de postilustración, postmodernidad e incluso posthistoria”⁴⁹. La colonización del mundo de la vida, entonces, encuentra nuevas formas de irracionalidad difundidas no sólo por la Cultura popular de Masas, sino por una pseudocultura intelectual más amenazante que la de índole mediática. La Postmodernidad, entendida como antirracionalidad y contrailuminismo, se muestra como una de las formas de legitimación de este capitalismo tardío, ahora globalizado, en el que una nueva irracionalidad ideológica se va a extender por las Industrias Culturales dirigidas a las clases medias del Primer Mundo. Para Habermas, todas las esferas de la vida intelectual, emocional y vitales han entrado en una sutil “tela de araña” en la que se falsifican las esferas de la vida de los individuos y sus capacidades de emancipación. Por ello, será necesario *un consenso racional* de carácter crítico-negativo y un diálogo ético-comunicativo que restaure las relaciones dialécticas entre *el sujeto y el objeto, los sujetos y los objetos* en las actuales sociedades. Las últimas obras habermasianas tratarán de ir en esa dirección, pero también la de otros de los componentes de las siguientes Generaciones de la Teoría Crítica.

Las Industrias Culturales y, especialmente, el tema de la Opinión pública seguirán siendo centrales en los continuadores del pensamiento crítico. No obstante, el nuevo enfoque crítico tiene que enmarcarse dentro de una Teoría de la Crisis, sería algo así como la formulación que Claus Offe da al tipo de capitalismo en el que estamos instalados cuando lo define como *capitalismo desorganizado*⁵⁰. En esta Segunda, e incluso Tercera, Generación las Industrias Culturales, consideradas de

⁴⁸ Jürgen HABERMAS, *El discurso filosófico de la Modernidad*, Madrid: Taurus, 1989.

⁴⁹ Mateu CALINESCU, *Las cinco caras de la modernidad*, Madrid: Tecnos-Alianza, 2002.

⁵⁰ Klaus OFFE, *Krisen und Krisenmanagement*, Köln: Jänicke, 1973.

manera múltiple, se van a estudiar incluidas dentro de los siguientes problemas: el modelo de capitalismo que estamos viviendo y sus variaciones con el referido por los autores de la Primera Generación, las *contradicciones* del Estado de Bienestar, las nuevas estructuras en los partidos políticos y en los movimientos sociales, la relación entre el actual capitalismo y la democracia, la Opinión pública y sus influencias sobre jóvenes y niños, la experiencia comunicativa y la racionalidad cínica de la Postmodernidad y, en general, las situaciones de crisis en todos los niveles colectivos (crisis del trabajo, ecológica, de legitimación, educativa, del movimiento obrero, etc.). Hay una convicción en el análisis crítico de encontrarnos en una convulsión de época o, como afirmaba Heidegger, una crisis epocal. A partir de esta convicción la Segunda Generación afronta el análisis de un capitalismo en el que las Industrias de la Cultura son parte esencial e imprescindible del funcionamiento de la economía de redes globalizadas. En este sentido, las formas de dominación social y cultural se presentan con características de una enorme ambivalencia; es decir, se han racionalizado los sistemas de necesidades secundarias hasta el punto que bajo la apariencia de “un universo de ocio” se reajusta la psicología de los individuos, llevando al límite la desublimación represiva de la que Marcuse hablaba. Los individuos son simples fuerzas de consumo y la cultura, a su vez, se ha transmutado en estrategia comercial y mecanismo ideológico de los grupos de poder.

Por consiguiente, Offe, Negt, Wellmer o Schmidt identifican la organización social del capitalismo tardío con el rol que cumplen las Industrias Culturales de manera que prejuicios, valores y símbolos provienen de “las nuevas mitologías” comunicativas. Oscar Negt en su libro *Öffentlichkeit und Erfahrung*⁵¹ se planteará cómo la experiencia humana es alterada por esa *conciencia dual* que los *mass-media* tecnológicos, en su amplio sentido contemporáneo, nos imponen. Pero no sólo Negt se interroga sobre esa “refeudalización” de nuestras sociedades, como consideraba Habermas, sino también sobre las nuevas desigualdades que distancias cada vez más a los individuos, las clases, los países y los continentes.

El dominio de la *razón instrumental* que en Albrecht Wellmer ha pasado a ser *racionalidad instrumentada*, se extiende con nuevas estrategias de desintegración cultural y colectivas. En *Kommunikation und Emanzipation*⁵² Wellmer se cuestiona el tema de la emancipación en nuestras sociedades. ¿Es posible un *final de la Utopía* en sociedades con tan alto grado de presión ideológicas como las del capitalismo

⁵¹ Oskar NEGTE y Alexander KLUGE, *Öffentlichkeit und Erfahrung*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1982.

⁵² Albrecht WELLMER, *Kommunikation und Emanzipation*, Frankfurt a. M.: Athenäum, 1977.

tardío? La respuesta sería una racionalidad científica y técnica cuya *praxis* no entre en contradicción con el desarrollo social, ni con el avance cultural. Claus Offe en “¿Del *agnus mirabilis* al *agnus miserabilis*? La izquierda tras el cambio y Maastricht” esboza un análisis para un nuevo pensamiento tras los acontecimientos de mil novecientos ochenta y nueve. La caída del Muro de Berlín introduce una posición de gran inestabilidad al pensamiento y actitudes críticas. De aquí la necesidad de una *imaginación sociológica* (*Soziologische Phantasie*), afirmará Oscar Negt, que tenga en cuenta la monopolización global de la ideología. A este respecto un texto de Wellmer resume la perspectiva neofrankfurtiana sobre la función contemporánea de la Teoría Crítica:

“A la *Dialektik der Aufklärung* le corresponde un papel clave en relación con el desarrollo posterior de la teoría crítica en la escuela de Frankfurt, ya que el recuerdo de las ideas fundamentales de estos ‘fragmentos filosóficos’ –tal es el subtítulo de la obra– clarifica una vez más el problema alrededor del cual han girado las controversias metateóricas hasta el presente: concretamente el problema de cómo se comportan mutuamente ‘ciencia’ y ‘crítica’. Adorno y Horkheimer toman en serio las pretensiones crítico-ideológicas de la teoría marxiana y, frente al cientifista error autointerpretativo de Marx, destacan su intención explicitada de poner en evidencia, tras las meras ‘formas’ manifestativas de la sociedad capitalista mercantil, su ‘razón de ser’, lo que significa también su ‘sinrazón’”⁵³

Las siguientes generaciones de Teoría Crítica reanudan la conversión de la ideología en un “aparato del Estado”, en terminología althuseriana, cuya capacidad para transmitir cosmovisiones sociales tiene un poder sin igual en épocas anteriores. Los recursos tecnológicos y científicos con los que cuenta en el presente la transmisión ideológica de las Industrias de la Conciencia hace cierta aquella concepción de Slavoj Žižek para quien “ya ni nuestro subconsciente nos pertenece”⁵⁴. La colonización del mundo de la vida se produce con tal vértigo y velocidad que los instrumentos teóricos de defensa cultural todavía no poseen la capacidad de responder con la misma celeridad que posee la actual ideología instrumental. Sin embargo, para los nuevos teóricos de Frankfurt, la Comunicación en su acción no

⁵³ Albrecht WELLMER, *Teoría crítica de la sociedad y positivismo*, Barcelona: Ariel, 1979, págs. 151-152.

⁵⁴ Slavoj ŽIŽEK, *El sublime objeto de la ideología*, Madrid: Siglo XXI, 1992, también véase Slavoj Žižek, *Cómo leer a Lacan*, Buenos Aires: Paidós, 2008.

ideológica permite una inmensa posibilidad de emancipación social. Afirmará Habermas:

“Contra esta teoría [la teoría de la industria cultural] no solamente pueden hacerse las objeciones empíricas que cabe esgrimir siempre contra toda supersimplificación: que procede ahistóricamente y no tiene en cuenta el cambio estructural de la esfera de la opinión pública burguesa, y que no es lo bastante compleja para dar razón de las marcadas diferencias nacionales, desde las diferencias de estructura organizativa entre los centros emisores privados y los públicos y estatales, hasta las diferencias en la configuración de programas, en las costumbres de recepción, en la cultura política, etc.[...] Los medios de comunicación de masas pertenecen a estas formas generalizadas de comunicación. Liberan los procesos de comunicación de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo y hacen surgir espacios de opinión pública implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados en el tiempo y en el espacio y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados.”⁵⁵

Para Habermas y los neofrankfurtianos, las patologías del mundo de la vida provienen de una simulación radical de las relaciones comunicativas en la fase del capitalismo tardío. En consecuencia, la misión esencial del pensamiento crítico debe continuar persistentemente en la denuncia de una sociedad en la que las Industrias de la Conciencia impiden el desarrollo y despliegue general e inherente de las facultades humanas y sociales. De aquí que la continuidad de la Teoría Crítica contemporánea debe seguir siendo, como definieron sus autores clásicos, en el presente y en el futuro: *la aclaración racional de la realidad*.

4. ¿HACIA DÓNDE VAN LAS INDUSTRIAS DE LA CONCIENCIA?

La investigación sobre el funcionamiento y estructura de las Industrias Culturales después del análisis frankfurtiano se ha diversificado hacia las diversas áreas que componen la comunicación social. La evolución de los análisis críticos sobre la ideología mediática ha transitado desde la investigación sobre los efectos psicológicos en los consumidores-receptores hasta desembocar en los canales tecnológicos y sus consecuencias sociales. En este sentido, el Estructuralismo (especialmente Barthes, Morin, Moles y el primer Baudrillard), y el Post-estructuralismo (Bour-

⁵⁵ Jürgen HABERMAS, *Teoría de la Acción Comunicativa*, ob. cit., pág. 551s.

dieu, segundo Baudrillard y semiólogos comunicativos como Eco, Bettetini y Casetti)⁵⁶ se han dirigido hacia el análisis de la reproducción social de la ideología desde lo lingüístico y lo discursivo. Desde otra perspectiva sociológica, los Estudios Culturales (*Cultural Studies*) (E. P. Thompson, Raymond Williams, Richard Hoggart, Stuart Hall y la Segunda Generación de Birmingham) han investigado *la recepción y la codificación-descodificación* de los mensajes desde las posiciones de clase, etnia y género de las audiencias *mediáticas*⁵⁷. La multiplicidad y heterogeneidad de enfoques teóricos, sin embargo, no han hecho más que revalorizar las conclusiones a las que llegaron los autores de la Primera Generación de la Escuela de Frankfurt.

Del Capitalismo Postindustrial se ha pasado al Capitalismo de la Globalización. En esta nueva fase las Industrias Culturales se han extremado en su radicalismo ideológico, pero de una forma cada vez más disimulada. Se cumpliría la matización que Adorno hizo sobre estas Industrias cuando afirmaba que no sólo han destruido los niveles culturales, sino que, asimismo, acabarían aniquilando la misma estructura industrial, empresarial y tecnológica. Esta apreciación la confirma el estudio de Bernard Miège *Capitalismo et Industries culturelles*⁵⁸ en donde reflexiona sobre las mutaciones del concepto de mercancía que la cultura tiene en la nueva economía. La cultura en la sociedad contemporánea ya no tiene nada que ver con el proceso civilizador cuanto con la mitologización simbólica de las actuales sociedades, definiendo como mitologización simbólica la capacidad de adaptación de los ciudadanos a la economía globalizada. Ahora bien, la novedad de esta adaptación proviene de la adecuación de *la psicología a la economía* mediante la limitación de posibilidades de existencia. Sería algo así como una unidimensionalidad aceptada de manera “consciente” por los ciudadanos que viven su situación como si se tratase de la concepción de Leibniz, tan acertadamente criticado por Voltaire en su *Candido*, de “vivir en el mejor de los mundos posibles”. Estaríamos en esa Sociedad del Riesgo a la que alude Ulrich Beck⁵⁹, pero de “riesgos” creados en muchas ocasiones por el mismo poder que domina y aplasta las conciencias y los cuerpos.

Dentro de esta Sociedad del Riesgo serían las Industrias Culturales uno de las dificultades más significativas de la presión psicológica sobre los individuos. Más a

⁵⁶ Francesco CASETTI, *Introducción a la semiótica*, Barcelona: Fontanelli, 1980.

⁵⁷ VVAA, *Estudios Culturales y comunicación*, México: F.C.E., 1998.

⁵⁸ Bernard MIÈGE, *Capitalisme et Industries culturelles*, Grenoble: P.U.F., 1978.

⁵⁹ Ulrich BECK, *La Sociedad del Riesgo*, Barcelona: Paidós, 2010.

esta tensión psíquica se han unido las recientes estrategias ideológicas a las que Habermas se refería en sus últimas obras y, en concreto, en su *Discurso filosófico de la Modernidad*. La Postmodernidad en su sentido comunicativo ha introducido un conjunto de valores, imágenes, actitudes y formas de entender la realidad en los que la frivolidad y el debilitamiento de los mapas cognitivos, como afirmará Friedrich Jameson⁶⁰, acaban generando *el pensamiento débil*⁶¹. Es *la era del vacío*, tal y como Gilles Lipovetsky titulaba uno de sus libros⁶²; y en esta era vaciada de sentido, los Medios de Comunicación de Masas cumplen con la función de alterar ideológicamente las conciencias colectivas introduciendo no sólo la fragmentación pseudocultural cuanto una desestructuración cognitiva muy cercana a una patología malsana de comprensión de la realidad. Para los neofrankfurtianos de este pensamiento débil se ha consolidado un tipo de racionalidad que ya no es meramente instrumental, como escribió Horkheimer, sino *racionalidad cínica*⁶³. La razón cínica se ha extendido y consolidado en unas sociedades en las que la economía globalizada introduce un neodarwinismo social que acompaña otra vez una neocolonización en los países proletarizados por el nuevo orden internacional. Economía globalizada, razón cínica e ideología neodarwinista acaban originando un tipo humano que Lipovetsky definió como *narcisismo autista*. En este contexto geopolítico las Industrias Culturales son actores de primera magnitud. Sus mensajes divulgan un retroceso humano y psicológico en el que, como afirmó Adorno en sus estudios musicales, la regresividad y el retroceso humano y social nos hacen situarnos en fases antiilustradas. Y en esta difusión de mensajes y contenidos antiiluministas las Industrias Culturales tienen un papel central y determinante en su planificación y gestión geopolítica.

La Segunda Generación de los Estudios Culturales, por tanto, recoge esta influencia psíquica sobre unas audiencias indefensas ante el poder mediático. De esta forma, coinciden en algunos de sus análisis las diferentes generaciones tanto de la Escuela de Birmingham como de los continuadores de Frankfurt⁶⁴. En ambas posiciones se coincide en la manipulación de las audiencias a través de la continuada repetición ideológica del pensamiento débil y el rol central de los *mass-media* en

⁶⁰ Fredric JAMESON, *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona: Paidós, 1991.

⁶¹ Gianni VATTIMO y Aldo ROVATTI, *El pensamiento débil*, Madrid: Cátedra, 1990.

⁶² Gilles LIPOVETSKY, *La era del vacío*, Barcelona: Anagrama, 2000.

⁶³ Peter SLOTERDIJK, *Crítica de la razón cínica*, Madrid: Siruela, 2006.

⁶⁴ Blanca MUÑOZ, *Modelos culturales*, ob. cit.

la formación de las clasificaciones de la realidad mediadas por la razón cínica. Ahora bien, en esta manipulación tecnológico-ideológica de las Industrias de la Conciencia hay una serie de aspectos que vuelven a dar, de nuevo, la razón al análisis social, político y comunicativo de los teóricos críticos. En *Kommunikation und Emanzipation*⁶⁵ Albrecht Wellmer resalta la anti-ilustración como una de las constantes no sólo del pensamiento débil de la Postmodernidad, cuanto de una comunicación extrañada y cosificada al servicio de intereses extraños a lo que los filósofos iluministas consideraban *la esencia humana*. El nuevo asalto a la razón en la época de la Globalización se concentra, en suma, en una radical búsqueda del debilitamiento de *la universalidad de la razón* y en un apoyo a un multiculturalismo folklórico que detiene la evolución de las diferentes culturas en fases primitivas y casi tribales. Frente al concepto de *cultura como conocimiento* se impone la cultura entendida como costumbres elementales y primarias. La necesidad de un renacer de la Teoría Crítica en estos tiempos de pensamiento banal y cínico se hace una obligación ética y racional para que la razón cínica no triunfe sobre la razón crítica y, esencialmente, para que la dominación industrial de las conciencias no se imponga sobre la dignidad y grandeza de los espíritus libres y autónomos conscientes de su destino histórico, común y universal. Axel Honneth ha vuelto a reponer uno de los conceptos más aclaradores del pensamiento crítico: *reconocimiento*. En dos de los libros más importantes de los continuadores de la Teoría Crítica como son *Cosificación*⁶⁶ y *Las patologías de la razón*⁶⁷ Honneth vuelve a una reivindicación de una acción comunicativa en la que reivindica el diálogo emancipado de la dominación mediática y económica. Los nuevos teóricos críticos vuelven al *reconocimiento* al que Hegel en *La Fenomenología del Espíritu* consideraba el camino de la autoconciencia en su toma de la *conciencia de sí hacia el para sí* y del proceso de valoración de las otras conciencias en su paso dialéctico del *yo al nosotros*. Para los neofrankfurtianos, las patologías de la razón impuestas industrial y planificadamente se superan mediante una coherencia crítica en la que Razón e Historia se reconozcan como proyecto e ideal de una nueva y creadora *Fenomenología del Espíritu*.

⁶⁵ Albrecht WELLMER, *Kommunikation und Emanzipation*, ob. cit.

⁶⁶ Axel HONNETH, *Cosificación*, Madrid, Katz, 2010.

⁶⁷ Axel HONNETH, *Las patologías de la razón*. Madrid, Katz, 2009, también *Reconocimiento y menosprecio*, Madrid, Katz, 2010.