

Teoría de la pseudocultura *

Blanca Muñoz **

Universidad Carlos III, Madrid

Uno de los hechos más característicos de la Sociedad Post-industrial ha sido la importancia que ha ido adquiriendo el sistema de las comunicaciones de masas. La publicidad, la propaganda, las diferentes técnicas de difusión, etc., imponen sus clasificaciones del mundo y hacen surgir un nuevo modelo cultural con normas, valores, símbolos y códigos de conducta propios y específicos, y de enorme influencia social.

Para explicar la formación de este nuevo modelo cultural es imprescindible acudir a la concepción de superestructuras ideológicas expuesta por Marx.

Marx reclamó la importancia definitiva que para la comprensión de la sociedad tenían los aspectos ideológicos y psicológicos. El famoso prólogo de la *Contribución a la crítica de la Economía Política* nos sitúa ante la esencial interrelación entre ser social y conciencia. Para Marx: "Los hombres, en la manifestación social de su vida, establecen determinadas relaciones, necesarias e independientes de su voluntad: relaciones de producción que corresponden a una fase concreta del desarrollo de sus fuerzas materiales."

Ahora bien, la radical aportación de Marx se resume en la conclusión del texto: "El conjunto de estas relaciones constituye la estructura eco-

* Fuente: [Diccionario crítico de Ciencias Sociales U.C.M.](#)

** **BLANCA MUÑOZ** es Profesora de Teoría Social y Política y Sociología de la Cultura de Masas en la Universidad Carlos III de Madrid. Es autora de diferentes entradas en la *Terminología Científico-Social* (1988, 1991: R. Reyes [Dir.]) y en el *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales* (1999: R. Reyes [dir.]), así como, entre otras publicaciones, de: (1989) *Cultura y comunicación: Introducción a las teorías contemporáneas*; (1995) *Teoría de la Pseudocultura: Estudios de sociología de la cultura y de la comunicación de masas*; (1997) *Whos Master's voice?: The development of Popular Music in Thirtern Cultures*

nómica de la sociedad, la base sobre la que se edifica una superestructura jurídica y política, a las que corresponden determinadas formas de conciencia."

Este texto precisa la conexión entre conocimiento y sociedad, abriendo una línea de investigación -iniciada con los "escritos de juventud" y, sobre todo, con los *Manuscritos de economía y filosofía*- en la que fenómenos como los de alienación, cosificación o "falsa conciencia", son entendidos como efectos de la acción de las superestructuras ideológicas en las sociedades de economía capitalista.

Los análisis de las superestructuras quedaron relegados en las interpretaciones mecanicistas y economicistas de la obra de Marx. El filósofo húngaro Georgy Lukács retomará el problema de las superestructuras y en *Historia y consciencia de clase* introduce una nueva comprensión de los procesos ideológicos, extendiendo la investigación marxista al Arte, la Estética y los fenómenos de carácter cultural.

El interés suscitado, en la década de los años veinte, por los aspectos ideológico-culturales será uno, por no decir el fundamental, de la constitución del Institut für Sozialforschung (Instituto para la Investigación Social) en 1923 y centro de lo que con posterioridad se conocerá como Escuela de Frankfurt. La atracción que tanto Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin o, después, Herbert Marcuse, Leo Lowenthal, Franz Neumann, Erich Fromm y Siegfried Kracauer, entre otros, sintieron por el estudio del desarrollo cultural, tiene que enmarcarse en el interés por la compleja sofisticación ideológica que el capitalismo para masas va adquiriendo. Y en esa complejidad será imprescindible la utilización teórica no sólo de la tradición hegeliano-marxiana, sino que se hace indispensable la herencia recibida del caudal inagotable de la obra de Freud.

La sociedad capitalista de masas es la lógica transformación de la economía de mercado y de la revolución industrial que desde el Renacimiento se consolida en Europa. Ahora bien, en las primeras fases históricas del capitalismo, el principio de acumulación se alcanzará a partir de una explotación intensiva de las materias primas y del trabajo productivo obrero. Situación ésta que, entrado el siglo XX, se hace cada vez más difícil de mantener sin recurrir al "recurso" equilibrador de la guerra. El paso a una economía de demanda resulta ser la solución menos traumática y la respuesta sociopolítica para lograr la continuidad y supervivencia del sistema en su conjunto tras el final de la Segunda Guerra Mundial. El Estado de Bienestar, inspirado en la economía keynesiana, y la Sociedad de Consumo se van a convertir en los

ejes para del encauzamiento y asimilación de las enormes poblaciones a partir de la superación de los años de post-guerra. Sin embargo, y recordando de nuevo a Marx, a formas específicas económicas y políticas le corresponden formas determinadas de conciencia. Y, precisamente, desde esa correspondencia es desde donde hay que partir para percibir de una manera global lo que los creadores de la Teoría Crítica van a definir como Pseudocultura.

Modelos culturales y formas de conciencia colectiva

Entre la Sociedad y la Naturaleza media necesariamente la Cultura. La Cultura se "dice de muchas formas", se podría decir parafraseando la definición sobre el "ser" que hacía Aristóteles. Desde la economía y la tecnología hasta las creencias, hábitos, costumbres, etc., entran en lo que se describe como lo cultural y propio de un grupo o de una sociedad. Mas, para los autores de la Escuela de Frankfurt, el concepto de cultura se enlaza con el sentido que, por ejemplo, el Historicismo y Weber asignaron a valores y concepciones del mundo (las cosmovisiones). Desde esta perspectiva es desde donde hay que partir para analizar las formulaciones que, esencialmente, Adorno y Horkheimer hicieron de los procesos ideológicos considerados como sistema de valores culturales.

De una manera previa, hay que partir del hecho según el cual la cultura resulta ser el centro normativo-simbólico de cada sociedad. La interiorización que los miembros de una cultura concreta hacen de sus sistemas de status y roles proviene de la socialización e integración en los valores del tal modelo cultural. En último término, pues, lo que el individuo realmente interioriza e introyecta son unas clasificaciones en las que subyacen factores de toda índole y que van desde normas y símbolos hasta motivaciones e intereses ajenos a los del mismo sujeto y que provienen de los grupos hegemónicos que dominan las estructuras de poder y control colectivos.

Siguiendo la perspectiva anterior, los autores de la Escuela de Frankfurt van a dar una relevancia excepcional al fenómeno de la interiorización -en su significado freudiano de asunción inconsciente de pautas de conducta- de valores que fijan actitudes y comportamientos sociales. La transcendental relevancia dada a la formación cultural en cuanto superestructuras ideológicas que llevan insertas principios subyacentes de dominación, se entiende al repasar el contexto en el que nace del Instituto para la Investigación Social.

En efecto, la Teoría Crítica concibió su actividad como una praxis dedicada a la denuncia y al estudio de los sistemas ideológicos (enmascaradores) que consolidan y edifican los principios de dominación. El ascenso de Hitler al poder vino precedido por la implantación paulatina de un nuevo modelo cultural en el que las masas alemanas encontraban una clasificación del mundo y unos valores que les infundían seguridad y protección. El Nazismo, aparte de ser un movimiento político con raíces en la economía expansionista del capitalismo, también supuso una disociación absoluta de la racionalidad causal recibida de la herencia griega clásica y de la cultura humanista con la que la filosofía ilustrada siempre había estado comprometida. De este hecho histórico nacerá la Teoría de la Pseudocultura.

Pero para situar cronológicamente la Teoría de la Pseudocultura, antes tendremos que matizar qué se puede entender como cultura y qué es, a su vez, pseudocultura.

Imaginemos iconográficamente que el modelo cultural es un círculo con un centro y unas periferias. El centro se configuraría con un núcleo simbólico-significativo predominante. En las sociedades preindustriales y en la primera formación capitalista se mantenía y articulaba un centro normativo-simbólico de fuerte componente religioso. El calvinismo y el luteranismo, en cuanto religiones de transición del feudalismo hacia el capitalismo, continuaban en la línea de la integración social a partir de la integración religiosa. Por tanto, si la religión era el centro, en las periferias se colocaban, por un lado, la pervivencia de tradiciones populares arcaicas y, por otro, la excepcionalidad de la creación de una cultura humanística de corte racional y causal cuya finalidad última consistía en el perfeccionamiento y progreso de la especie humana. De la dialéctica entre centro y periferia en toda cultura se iban estructurando los fundamentos de comprensión de la realidad de la población y, sobre todo, la unidad psíquica de ésta.

Pues bien, el concepto de cultura que interesa preferentemente a los teóricos críticos y en concreto a Adorno y Horkheimer, es el que subraya la capacidad de progreso de la Historia, siendo en este punto en donde se van a contraponer cultura y pseudocultura de un modo determinante. Para los frankfurtianos, el sentido último de la cultura se enraíza con el significado ilustrado de ampliación y perfeccionamiento de las facultades humanas. La trayectoria que va desde la cultura popular a la cultura humanística históricamente expresaba una profunda necesidad de realización individual y social por trascender lo cotidiano a través de la creación artística y estética. Parafraseando a Hegel, el

"espíritu absoluto" se ha captado -ya sea en las religiones, el Arte y la Filosofía- mediante la propia capacidad creadora humana. Como tituló Schiller su obra fundamental: la educación estética -y ética- es lo que hace avanzar a la sociedad y a la Historia.

Con la consolidación, no obstante, del capitalismo de Masas se altera de una forma global los procesos y la estructura cultural. Las causas que conducen a un nuevo modelo simbólico-ideológico se pueden resumir en:

a) La Sociedad de Consumo de Masas, como nueva fase de acumulación y reorganización, incorpora la ciencia y la técnica como mecanismos de elaboración ideológica. La aparición de los medios de comunicación de Masas afectará de una manera directa a la conformación de unas cosmovisiones y mentalidades con unas clasificaciones y valores prefijados industrialmente y en los que la publicidad y la propaganda tendrán un papel de primera magnitud.

b) La mercantilización global a la que se ven sometidos todos los procesos sociales a partir de la lógica del beneficio introduce, por vez primera, la conciencia como una mercancía más; es decir, la adaptación del consumidor al producto requiere la utilización de métodos y técnicas psicosociológicas con las que actuar de un modo preciso. La Opinión pública se institucionaliza como una de las más poderosas fuerzas políticas. Pero su neutralización y control se hace vital para el funcionamiento del capitalismo fordista y corporativo. La organización de las industrias de la Opinión y de la Cultura encauzarán los criterios de esas "confusas" Masas tan temidas por los teóricos del elitismo cultural como, por ejemplo, Spengler y Ortega y Gasset.

c) En suma, se asiste a lo largo del siglo XX a la edificación de la ideología como estructura material y económica objetiva. Las industrias culturales suponen la lógica evolución del mercado como núcleo central de las sociedades post-industriales. En estas sociedades, el tiempo de ocio y consumo es el tiempo del beneficio en el neocapitalismo tecnológico. El mercado de producciones ideológicas -cine, televisión, nuevas tecnologías, etc.,- no hará más que incrementarse y, conjuntamente, se sedimenta el nuevo modelo cultural adaptado a las necesidades de acumulación económica y financiera.

Adorno y Horkheimer, por consiguiente, definirán la Pseudocultura como el nuevo modelo cultural -valorativo e ideológico- surgido de los "mass-media" y de las industrias dedicadas a la creación de mensajes estandarizados y al ocio de las enormes Masas organizadas mediante la Sociedad de Consumo, pero que efectúa un rebajamiento de los pro-

cesos intelectuales y sensitivos del receptor-consumidor ya que, en último término, anula la capacidad de análisis causal y crítico, convirtiendo al sujeto receptor en un individuo pasivo y desindividualizado. Ahora bien, lo paradójico de este proceso es que se invierte el esquema marxiano, ya que en el capitalismo post-industrial las infraestructuras funcionan y actúan como superestructuras ideológicas y las superestructuras pasan a infraestructuras económicas. O lo que es lo mismo: la creación cultural e intelectual para Masas es el sector que mayores ganancias aportará a las empresas transnacionales. De aquí que la ideología resulte ser la economía del siglo XX.

El problema, sin embargo, va a provenir de la mercantilización de la conciencia en las direcciones prefijadas por las producciones de la industria cultural. Este nuevo fenómeno será el que centre la atención de la Teoría Crítica. Y ello debido al firme convencimiento que tendrán los autores de Frankfurt de que ese modelo "cultural- pseudoculto" conlleva unos valores, símbolos, mitologías, etc., de enorme primitivismo e irracionalidad. La interrelación entre modelo cultural y conciencia colectiva podrá ser definitivamente estudiada a partir de los efectos objetivos que los mensajes y contenidos de los medios de comunicación ejerzan sobre la Opinión pública.

Las características de la Pseudocultura

En la *Dialéctica del Iluminismo*, escrita el año 1947, se encuentra la formulación más pormenorizada llevada a cabo por Adorno y Horkheimer sobre el modelo ideológico-cultural de la Sociedad de Masas. El centro mismo del libro se articula sobre el capítulo "La industria de la cultura. Ilustración como engaño de masas." Mas, la profundización y referencia al tema de la pseudocultura es una constante en otros textos de ambos autores. Por ejemplo, en la Crítica de la razón instrumental de Horkheimer, en los estudios conjuntos de Adorno y Horkheimer redactados en Sociológica (precisamente aquí está la formulación principal de la Teoría de la Pseudocultura, también recogida ésta en un conjunto de textos de Adorno titulados en su versión castellana como Filosofía y superstición) y, no se puede olvidar, otros análisis colaterales, pero en los que los "mass-media" son un factor central para entender movimientos de Masas. Adorno, en este sentido, en su obra Televisión y cultura de masas, o en sus estudios musicológicos y en su inacabada Teoría estética coloca el modelo pseudoculto como elemento comparativo entre lo que puede ser considerado como au-

téntica creación cultural y lo que no es sino una mera mercancía coyuntural y de "caducidad" limitada.

Para un acercamiento adecuado, aunque resumido, a lo que los dos teóricos críticos caracterizan como modelo pseudocultural se hace imprescindible la exposición de un conjunto de contraposiciones como son:

1º) La creación cultural popular o humanista anterior nacía de una búsqueda, o bien individual o grupal, por expresar vivencias y posibilidades de libertad, belleza o crítica mediante el libre juego de las facultades creativas humanas. Como afirma Marcuse, en su concepto de unidimensionalidad con el que matiza y complementa el concepto de pseudocultura de Adorno-Horkheimer, la creación cultural ha tenido históricamente un elemento imprescindible de bidimensionalidad en el que frente al "es" de lo real se ha colocado el "deber ser". El discurso ilustrado centrado en el kantiano: ¡Convírtete en lo que eres!, expresa la capacidad creadora frente a la dominación asumida y reconocida como habitual.

2º) Mas, si en la cultura creada desde una perspectiva humanista se requería un cierto esfuerzo intelectual y sensorial por parte del receptor -la música clásica, las innovadoras obras literarias, las vanguardias artísticas, etc.-, en las mercancías de la pseudocultura todos sus procesos están adaptados al consumo masivo, simplificándose los elementos complejos que requieren una concentración espiritual. Así, el fragmento de ópera sustituye a la obra completa, el best-seller hace más fácil y manejable su lectura, se readaptan textos clásicos y se reconvierten en espectáculos musicales, los fascículos y folletos ponen al alcance del "gran público" la "totalidad" del conocimiento científico, artístico o literario. La pseudocultura, en definitiva, supone la frivolidad y trivialización artificial de las creaciones esenciales del espíritu humano, pero creada con fines de rentabilidad económica e integración y adaptación ideológica en el sistema de la Sociedad de Consumo de Masas.

3º) Los efectos cognoscitivos y psicológicos pseudocultos no son en modo alguno dispersos. Su eje tiene que ser localizado en un aspecto básico: la fragmentación. Con este término en el capítulo "La industria de la cultura", parte central de la Dialéctica del Iluminismo, Adorno y Horkheimer se refieren a una contraposición fundamental entre la cultura racional, cuyo fundamento es la causalidad con la que se comprende e interrelaciona racionalmente el entendimiento de la realidad, y la pseudocultura en la que la dispersión de sus contenidos y mensajes consolida una perspectiva disgregada y fraccionada del mundo. Los

hechos se muestran sin causa, la sucesión de programas televisivos que pueden ir desde la presentación de la muerte en directo en un telediario y en el que el corte publicitario hace corriente el "espectáculo" de la guerra y la destrucción, hasta el programa de opinión en el que, como puntualiza Marcuse en su *Crítica de la tolerancia pura*, vale tanto la opinión xenófoba como la de quien ha dedicado la vida al estudio y a la reflexión. El "todo vale" resulta ser la estrategia de la fragmentación en la que divulgación superficializadora actúa a favor de una cosmovisión colectiva irracional.

4º) La uniformidad de mensajes y la homogeneización de los públicos, pese a la aparente variedad y pluralidad, constituyen vertientes inequívocas del esquematismo de los productos estandarizados del consumo comunicativo-cultural. La pseudocultura, en última instancia, es el resultado de los mensajes "mass-mediáticos" y tales mensajes son elaborados mediante un cálculo de rentabilidad; pero, también, a partir de un empleo de técnicas de motivación social que amoldan a consumidores y receptores a los gustos impuestos por las leyes de la oferta y la demanda. Se incentiva, por tanto, la creencia en la individualidad y "unicidad" del consumidor-espectador. La subjetivización casi autista que la publicidad ejerce, oculta las necesidades del mercado. De esta forma, y como asimismo estudió Marcuse en *La agresividad en la sociedad industrial avanzada*, la moral del éxito y el individualismo posesivo comportan unos fuertes componentes de matiz sadomasoquista en donde la exacerbación de la competitividad y la obsesión de "sobresalir" sobre los "otros", idénticos en su lucha por destacar y ser un "elegido" de la Masa, implicará la exaltación del hombre hobbesiano y su antropología del egoísmo.

5º) Todo lo anterior culmina en una contraposición determinante: una sociedad con unos medios técnicos y científicos hiperdesarrollados y, a la par, un uso de esos medios para incentivar psicologías colectivas en las que formas de clasificación de la realidad de carácter arcaico y comportamientos de evidente tendencia psicopatológica son divulgadas como conductas a seguir. Para Adorno, en su libro *La personalidad autoritaria*, es imposible desvincular el nuevo modelo cultural-ideológico de la aparición de movimientos masivos en los que el autoritarismo y el contagio psicológico irracional aparecen como el núcleo desde el que se interiorizan valores que desembocan en mentalidades colectivas en las que se glorifica la fuerza y se menosprecia la racionalidad.

El Nazismo supuso la formación histórica más evidente de una Masa de población sometida a la persuasión y manipulación sistemáticas. El autoritarismo latente en la Sociedad de Masas puede seguir siendo encauzado por élites y minorías hegemónicas en direcciones cada vez más hostiles hacia los "diferentes", ya sea por clase, raza o sexo. Según Adorno y Horkheimer, mientras prevalezca y se incentive ese modelo pseudoculto "mass-mediático" de percepción de lo real, no se habrá salido de una etapa de la Historia en la que las posibilidades de aparición de movimientos políticos violentos con liderazgos e intereses irracionales conduzcan a conflictos cada vez más agudizados. Para la Teoría Crítica, la experiencia del Nazismo demuestra como la presión de una continuada técnica persuasiva puede articular ideologías político-sociales que, de ningún modo, han desaparecido de las sociedades post-industriales. Al contrario, en la pseudocultura se encuentran numerosos elementos que posibilitan interiorizar valores y símbolos cuyo carácter es férreamente regresivo.

A la vista de lo anterior, las superestructuras ideológicas pseudoculturales se han convertido en el factor de socialización, integración y adaptación más poderoso de la Sociedad de Consumo de Masas. Lo simbólico, como también demostrarán los estructuralistas comunicativos y los semióticos, resulta ser paradójicamente lo más "material" de las sociedades actuales. El objeto, entonces, se convierte en producto, el producto en mercancía y la mercancía, por último, en marca comercial diferenciada y distinguible. Adorno y Horkheimer, al sintetizar a Marx con Freud, distinguen nítidamente la interrelación entre economía y psicología de Masas. Sólo desde esta percepción, se entiende de un modo global el significado último de la Teoría Crítica frankfurtiana.

La irracionalización interesada de la subjetividad colectiva que consolida el sistema de valores de la pseudocultura, lleva a Horkheimer y, sobre todo, a Adorno al análisis de variantes ideológicas propias de la Sociedad Post-industrial. En Bajo el signo de los astros, o en estudios concretos como "Superstición de segunda mano" contenido en su libro Sociológica, Adorno realiza un acercamiento -como ya había hecho Freud con fenómenos tan despreciados por la ciencia de su tiempo como el chiste, el lapsus y los sueños-temas que habían sido considerados como intrascendentes y sin un valor específico para la Ciencia Social convencional. Las supersticiones de segunda mano o también denominadas como secundarias, interesan al autor de Frankfurt porque en ellas se concentran comportamientos que aportan una perspectiva complementaria y, a la vez, objetiva del funcionamiento de la ideología cultural-comunicativa contemporánea. El horóscopo de la columna

periodística, los adivinos audiovisuales, la astrología y su difusión en los "medios" y, en general, una serie de fenómenos que vistos desde un examen superficial, parecerían carentes de sentido sociológico preciso.

Para Adorno, no obstante, "en la astrología se refleja en qué medida el pensamiento científico conforme a la división del trabajo fracciona forzosamente la totalidad de la experiencia en cosas incomprendidas e inconmensurables". A partir de este funcionamiento de lo "inconmensurable" es en donde hay que situar el problema de problemas de las sociedades de capitalismo tecnológico: la dialéctica histórica entre racionalidad e irracionalidad. Eje desde el que hay que entender la contribución teórica de Adorno y Horkheimer, y la de los miembros más relevantes de la Escuela.

Las supersticiones de "segunda mano" o secundarias son denominadas así como consecuencia de que no se tratan de supersticiones residuales, heredadas de fases históricas preindustriales. Al contrario, las nuevas supersticiones provienen, como una parte esencial, de los mensajes comunicativos masivos. Adorno, al estudiar los contenidos del horóscopo en el periódico "Los Ángeles Times", perfila la función social que la "jerga del zodiaco" opera sobre la psicología colectiva. A este respecto, la "conjura de los astros" explica la perpetuación de determinadas situaciones de dominación, sólo que en vez de darse respuestas en las que de una forma racional expliquen las causas del malestar de la sociedad y sus conflictos -desempleo, corrupción, falta de movilidad ascendente, etc.- el "ciudadano medio" se explique su cotidianidad como designios astrológicos de "fuerzas ocultas" a las que es imposible hacer frente. El horóscopo, el tarot, la adivinación..., en último término, y en cuanto ensoñación colectiva, consolida un sentimiento de impotencia individual. Pero, fundamentalmente, enseña una clasificación de la realidad que divide en "amigos" y "enemigos", "débiles" y "poderosos" y, ante todo, consolida el status de las diferentes clases y subclases sociales imponiendo una perpetuación psicológica de la sumisión "ante el destino".

La subjetivización casi patológica de estas nuevas formas supersticiosas, sin embargo, no pueden minusvalorarse. Adorno comprueba la importancia de tales tipos de pseudociencias y pseudoconocimientos tuvieron en la institucionalización del Nazismo. El miedo a la inseguridad laboral y vital, la glorificación y fetichización de las jerarquías y líderes, lo exotérico y lo siniestro, se sintetizan en los rasgos paranoides que asumen las psicologías de Masas en tiempos de crisis. La irra-

cionalidad deviene en política y, tal y como afirma Adorno, "la astrología constituye la prueba apolítica desemejante política".

En consecuencia, la Teoría de la Pseudocultura tiene que entenderse como uno de los núcleos vertebradores del análisis frankfurtiano de la "primera generación" sobre las modificaciones que la ideología en su significado de pensamiento en el que prevalecen los intereses de determinados grupos concretos, presenta en las complejas sociedades post-industriales. Sin considerar la importancia dada por Adorno y Horkheimer a fenómenos tales como la consolidación de la industria cultural, los mensajes televisivos o el horóscopo, se suele caer en una interpretación sesgada de la Teoría Crítica. Interpretación que incide en tópicos como el que asigna un pesimismo, rayando casi en lo "metafísico", a los autores críticos. Pesimismo que, a la par, se tacha de elitismo cultural cuando, precisamente, la aclaración que hacen los frankfurtianos de las nuevas prácticas ideológicas tienen una función esencial: evitar otro nuevo Auschwitz. Como consideraba Adorno, después del campo de exterminio de Auschwitz habrá que cambiar la forma de hacer poesía. Y, lo mismo ocurre con la Filosofía y la Ciencia Social: tendrán que asumir las responsabilidades históricas para que la barbarie no vuelva a producirse. La racionalidad crítica, como consideraba Kant en el final de la Crítica de la Razón pura, es la única ruta que aún sigue abierta; aunque, en las circunstancias presentes, el trabajo de la razón puede que se haga cada vez más problemático y difícil. Y es por ello por lo que la "primera generación" de la Escuela de Frankfurt permanece, para nuestra ayuda, absolutamente vigente.

La continuidad de la Teoría de la Pseudocultura: De la Teoría de la Unidimensionalidad de Herbert Marcuse al concepto de "colonización del-mundo-de-la-vida" de Jürgen Habermas.

La gran sociedad administrada, como denominaba Marcuse a la sociedad de capitalismo avanzado, en donde se impone y se hace invulnerables es en la cotidianidad. El sistema post-industrial ha logrado encauzar el tiempo existencial hacia el tiempo productivo. La vida diaria se desenvuelve entre la propaganda, consignas, productos y mercancías, de manera que el individuo va perdiendo la perspectiva de un universo múltiple y complejo, o el sentido de una vida experimentada como realización única, como una obra de Arte. El sistema administrado estabiliza el comportamiento social hacia zonas demarcadas como motivaciones preferentes. Así, es como aparece la unidimensionalidad,

definida ésta como la lógica de la dominación de una racionalidad instrumental que convierte al ser humano en sujeto económico de producción y de intercambio. La integración de las clases sociales a través de las esferas de consumo requiere, como contrapartida, una ideologización antiideológica. Marcuse se anticipa a "la ideología del fin de las ideologías" y describe la pérdida progresiva de la racionalidad y de la libre creatividad desde su concepto de desublimación represiva; es decir, el proceso de planificación de las facultades humanas en formas asumibles por el sistema. Tal y como matiza Marcuse: "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". Y, en ese orden de dominación, no entra una visión bidimensional del mundo y de la vida.

La bidimensionalidad y la multiplicidad fueron las características del Arte y de la cultura desarrollada antes de la concentración ideológica de las industrias culturales. Las tribulaciones de Madame Bovary, la energía de la novena sinfonía beethoveniana, la búsqueda hegeliana de la razón en la Historia, son ejemplos de los impulsos humanos de felicidad, libertad y justicia. La interpretación bidimensional de la realidad siempre ha consistido en una dialéctica entre la dominación y la liberación, el "es" y el "deber ser". Pero el ascenso de una unidimensionalidad, considerado como modelo cultural administrado con técnicas persuasivas, redefine las necesidades humanas convirtiendo la música en "sonido de fondo" y el arte en mercancía decorativa y funcional. El discurso del consumo legitima como necesidades humanas motivaciones inhumanas y tendencias antisociales las exhibe como arquetipos simbólicos de la Sociedad Post-industrial.

El "principio de placer" y el "principio de destrucción" -Eros y Thanatos-, desvelados por Freud, en el mercado de mensajes "mass-mediáticos" se reconcilian en beneficio de esa "desublimación represiva" que integra en la Administración total al individuo. El "hombre unidimensional", por consiguiente, es aquel que ha hecho suyas, interiorizándolas, las necesidades y controles del sistema. Para Marcuse, "el nuevo aspecto actual es la disminución del antagonismo entre la cultura y la realidad social, mediante la extinción de los elementos de oposición, ajenos y trascendentes de la alta cultura, por medio de los cuales se constituía otra dimensión de la realidad". La repetición, imitación e identificación que la "conciencia feliz" hace de ese universo ideológico cerrado, finaliza en unos signos inequívocos de formas tota-

litarias de organización colectiva. El "miedo a la libertad", explicado por Erich Fromm, no es sino la descripción de esa cosificación de la conciencia unidimensional que pasa a ser uno de los más poderosos mecanismos de control de todos los tiempos.

Se ha reprochado a la "primera generación" frankfurtiana el alarmismo con el que analizó el nuevo modelo cultural-comunicativo surgido en las sociedades de consumo de Masas. Incluso algunos autores contemporáneos han dado por cerrado el análisis crítico de la pseudocultura al considerar a éste una consecuencia del drama vivido por la Escuela en la Alemania nazi de los años treinta. Sin embargo, Jürgen Habermas, uno de los más relevantes teóricos de la "segunda generación", ha retomado el estudio del funcionamiento ideológico de las actuales sociedades. En su obra Problemas de legitimación en el capitalismo tardío, vuelve al tema de la alienación, replanteada como pérdida de la conciencia y de la propia psicología por efecto de causas exteriores al sujeto. Sólo que, ahora, Habermas amplía el marco teórico de referencia e introduce conceptos provenientes de la Sociología del Conocimiento fenomenológica. La colonización-del-mundo-de-la-vida readapta el concepto de Alfred Schutz sobre el mundo-de-la-vida. Mas, el carácter intersubjetivo dado por el autor de La fenomenología del mundo social, en Habermas se convierte en una crítica de la dominación en el capitalismo tardío (el que utiliza al Estado como mecanismo más de organización de las relaciones de mercado). De nuevo, la "doble naturaleza superpuesta" que es la alienación se enfoca desde la integración absoluta en el sistema. En otras palabras, el mundo-de-la-vida desaparece ante el avance de la racionalización instrumental -la razón empleada en el esquema medio-fin, es decir: el cálculo de utilidad sin ética-, ya magníficamente estudiada por Max Weber. La "jaula de hierro" en la que se convierte la sociedad tecnológica de capitalismo corporativo y casi post-fordista, implica necesariamente la regulación de todas las esferas de la vida. Habermas, en su Teoría de la Acción Comunicativa, remarca la necesidad de salir de este modelo ideológico en el que no es posible el consenso racional, ni la posibilidad de creación de "una situación ideal de diálogo". Sin embargo, no se adentrará como hicieron Adorno y Horkheimer en un análisis pormenorizado de las estrategias de las industrias culturales o de los complejos procesos de persuasión de Masas. En este sentido, la "primera generación" resulta aún más incisiva en su descripción crítico-dialéctica del neocapitalismo que el modelo lingüístico-hermenéutico del último -siempre, penúltimo- Habermas. Pero, no obstante, tanto la "primera generación" como la "segunda" han perseverado -y perseveran- en la

indagación de los procesos ideológicos (la pseudocultura que sustituye a la cultura, la pseudoformación a la educación, la opinión "mass-mediática" a la Opinión pública) que convierte a la Sociedad de capitalismo de Masas en una nueva "jaula de hierro" de la conciencia alienada industrial y científicamente. ■



Biblioteca
OMEGALFA
ΩΑ

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Th.W. y HORKHEIMER, M.: Sociológica. Madrid, Taurus, 1966.
- ADORNO, Th.W.: Televisión y Cultura de Masas. Córdoba, Eudecor, 1966.
- ADORNO, Th.: La Sociedad. Lecciones de Sociología. Buenos Aires, Proteo. 1969.
- ADORNO, Th. W.: Crítica cultural y sociedad. Barcelona, Ariel, 1969.
- ADORNO, Th. W. : Intervenciones. Caracas, monte Avila, 1969.
- ADORNO, Th.W. y HORKHEIMER, M.: Dialéctica del Iluminismo. Buenos Aires, Sur, 1971.
- ADORNO, Th.W.: Filosofía y superstición. Madrid, Alianza, 1972.
- ADORNO, Th.W.: Consignas. Buenos Aires, Amorrortu, 1973.
- ADORNO, Th.W.: Mínima moralia. Caracas. Monte Avila. 1975.
- ADORNO, Th.W.: Dialéctica Negativa . Madrid, Taurus, 1975.
- HORKHEIMER, M.: Crítica de la Razón Instrumental. Barcelona, Edhasa, 1970.
- HORKHEIMER, M.: Teoría Crítica. Barcelona, Barral, 1973.
- HORKHEIMER, M.: La función de las ideologías. Madrid, Taurus, 1976.
- HORKHEIMER, M.: Sociedad en transición: Estudios de Filosofía Social. Barcelona, Península, 1976.
- HABERMAS, J.: Historia y crítica de la Opinión pública. Barcelona, Gustavo Gili, 1982.
- HABERMAS, J.: Problemas de legitimación en el capitalismo tardío. Buenos Aires, Amorrortu, 1986.
- MARCUSE, H.: Cultura y sociedad. Buenos Aires, Sur, 1968.
- MARCUSE, H.: El hombre unidimensional. Barcelona, Seix Barral, 1968.
- MARCUSE, H.: Ensayo sobre la liberación. México, Joaquín Mortiz, 1969.
- MARCUSE, H.: Ética de la revolución. Madrid, Taurus, 1970.
- MARCUSE, H.: Per una nova definició de la cultura. Barcelona, Edicions 62, 1971.
- MARCUSE, H.: Psicoanálisis y política. Barcelona, Península, 1979.
- MARCUSE, H.: Ensayos sobre política y cultura. Barcelona, Ariel, 1981.
- MARCUSE, H.: La agresividad en la sociedad industrial avanzada. Madrid, Alianza, 1981.

MUÑOZ, B.: Teoría de la Pseudocultura. Estudios de Sociología de la Cultura y de la Comunicación de Masas, Madrid, Fundamentos, 1995.

SCHILLER, H.: Culture Inc. The Corporate Takeover of Public Expression. Nueva York, Oxford, 1989.

SCHRAYER, T.: The Critique of domination. Boston, Beacon press, 1975.