

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

Agustín Raggio (UBA)

Correo electrónico: agus_raggio@hotmail.com

Resumen:

Frente al advenimiento de los grandes medios de comunicación y propagación de los bienes culturales que subsumen al arte a los modos de la esfera de la producción, Adorno traza su diagnóstico de la industria cultural de la primera mitad del siglo XX con la experiencia de la razón puesta al servicio de la dominación del hombre. La cultura pierde su carácter subversivo y se abandona la sublimación de las pulsiones del autor: reina el principio del “siempre lo mismo” y el complejo de castración que se compensa con las promesas de la publicidad.

Con el devenir del siglo, Habermas retomará los postulados de sus predecesores de la primera generación de la Escuela de Fráncfort, e introducirá su concepto de acción comunicativa con el lenguaje como principio de integración social, el cual sin embargo deviene en un proceso de racionalización del mundo de la vida que tiende a deslingüistizar las interacciones a través de los medios de control poder y dinero, pero que encuentra en la cultura aún un reducto de negociación para el consenso.

Una relectura de algunos de los exponentes fundamentales de la Teoría Crítica, para enjuiciar a la cultura de masas y repensar su potencialidad hoy.

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

Introducción

El siguiente artículo fue originariamente concebido en instancias de evaluación para la materia de *Historia del Conocimiento Sociológico II* de la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA, cuyo titular de cátedra es el profesor Diego Raus.

Frente al marcado pesimismo de la primera generación de la Escuela de Fráncfort en su lectura de la difusión masiva de la cultura en la primera mitad del siglo pasado, influenciados por el terror experimentado de la razón puesta al servicio de la dominación y el exterminio, surge la necesidad de actualizar la crítica al arte masivo: ¿debemos acaso resignarnos a la permeabilidad de la cultura en su entrega a imbuirse de ideología? ¿No quedan recodos donde salvaguardar la sublimación de la experiencia estética? ¿Se desvanece la capacidad emancipatoria de la esfera de la cultura por la imposición del complejo de castración? ¿Es, al fin y al cabo, la total subsunción del mundo de la vida bajo los imperativos del sistema?

La relectura del análisis cultural habermasiano puede otorgar herramientas para reflexionar en torno a estos interrogantes. Como aduce Nick Stevenson (Stevenson, 1998: 86), la producción de Jürgen Habermas en torno a la crítica de la comunicación masiva aún no ha sido registrada en demasía por los ámbitos intelectuales, siendo que sus avances en la cuestión son sumamente valederos, ofreciendo principios capaces de diversificar las culturas mediáticas a la vez que proponen obligaciones a aquel que pretenda entablar diálogos políticos o culturales, en busca de reflotar una esfera pública que habilite la reflexión crítica. “Habermas desea crear un cuerpo de conocimientos que haga posible que los valores sean discutidos y seleccionados sobre una base más racional, consensual e igualitaria” describe Robert Wuthnow al traer a colación a nuestro autor en su *Análisis Cultural* (Wuthnow et al, 1988: 209). La potencialidad política de la visión de Habermas es incalculable, y se refuerza en estos tiempos de culturas masivas introyectadas en los usuarios.

La intención será, entonces, hacer dialogar a los autores, escarbar entre la *Teoría de la Acción Comunicativa* los contrapuntos a los estudios sobre la cultura de la generación previa de la Teoría Crítica y, finalmente, ensayar un pequeño juego conceptual en el que se buscará describir al concepto mismo de «industria cultural» adorniano con categorías propias de la jerga habermasiana como son los procesos de «tecnificación del mundo de la vida» y de «colonización del mundo de la vida».

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

La industria cultural

En su libro de 1944, *Dialéctica de la Ilustración*, Max Horkheimer y Theodor Adorno realizan un completo análisis de la civilización industrial avanzada. Una de las aristas fundamentales en torno a las cuales estos dos autores de la Escuela de Fráncfort discurren es la cultura. Con este propósito enuncia Adorno su ensayo *La Industria Cultural: Ilustración como engaño de masas*.

En pleno auge del cine y la radio como medios de comunicación de masas, y en las vísperas del despegue de la televisión hacia su omnipresencia en los hogares de Occidente, Theodor Adorno hace una lectura sumamente crítica del nuevo sistema cultural que tiende a homogeneizar la elaboración artística. “La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos” (Horkheimer, Adorno, 1998: 165). La cultura de masas ya no se da como arte sino como industria, autodefinida incluso como ello, y se entrega a la racionalidad técnica, que “es hoy la racionalidad del dominio mismo” (Horkheimer, Adorno, 1998: 166). La técnica estandariza la génesis de los bienes culturales, provoca la producción en serie de los mismos, y las diferencias tienden a reducirse cada vez más.

El interior de la obra es el reinado de la forma y del efecto; el detalle se funde en el esquema y se reduce a cumplir su objetivo asignado. “Al no conocer otra cosa que los efectos, [la industria cultural] acaba con la rebeldía de [los detalles] y los somete a la forma que sustituye a la obra. Ella trata por igual al todo y a las partes” (Horkheimer, Adorno, 1998: 170). Aduce Adorno que “no se llega ya a ninguna tensión entre los polos; los extremos que se tocan quedan diluidos en una confusa identidad” (Horkheimer, Adorno, 1998: 174).

Este «filtro» homogeneizador de la industria cultural rige el mundo entero, el proceso de reproducción mecánica acarrea la difusión de modelos de la maquinaria económica monopolizadora: “Todo lo que aparece está tan profundamente marcado con un sello, que al final nada puede darse que no lleve por anticipado la huella de la jerga y que no demuestre ser, a primera vista, aprobado y reconocido” (Horkheimer, Adorno, 1998: 173).

La imitación se vuelve regla en un mundo en el que el artista ha de someterse a la vida de los negocios como «experto estético», siendo quien no se adapte condenado económicamente.

Llega a tal punto la sumisión de la cultura bajo las lógicas de la producción material, que ella misma genera una ideología para las masas, esclavizándolas, moldeando desde la oferta la

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

demanda de los consumos culturales, adaptándose «a los deseos por ella misma evocados». El consumidor, trabajador mecanizado en la esfera de la producción, no hace más que entregarse a esa lógica de cadena de montaje que lo rutiniza en su labor y al principio de «siempre lo mismo» con el que se conforma en su vida superestructural: “ello tanto en el mimetismo que conecta al espectáculo organizado en series –sucesión automática de operaciones reguladas- con la organización del trabajo en cadena, como en la operación ideológica de recargue: la diversión haciendo soportable una vida inhumana” (Martín-Barbero, 1991: 51). La demanda futura se determina excluyéndose lo nuevo, lo no experimentado, considerado como riesgoso. Sin embargo, el mecanismo es paradójico: la industria cultural promete, el espectáculo seduce sólo para decaer irreversiblemente en una defraudación de la promesa, pues el deseo se figura pero lo que se elogia es la rutina. Esto transforma la lógica de la sublimación estética de la obra de arte; una cultura que sucumbe al proceso de «desublimación» que prevalece en la sociedad industrial avanzada y que bien fuera descrito por el coetáneo Herbert Marcuse en su *El Hombre Unidimensional*; proceso mediante el cual –según Marcuse- se liquida la bidimensionalidad de etapas previas del devenir social, la esfera de posible oposición que otorgaba la alta cultura frente al orden burgués siendo desaparecida de las conciencias de nuevos individuos unidimensionales que no pueden concebir alternativas al capitalismo monopólico, que ocultan su infelicidad objetiva en conciencias felices que los conforman con el orden social; en fin, una marcha en la que el hombre “ha traicionado la esperanza y destruido la verdad que se preservaban en las sublimaciones de la alta cultura” (Marcuse, 1993: 86). Aquella sublimación que Freud definiera como un desplazamiento libidinal que funciona como técnica en defensa del sufrimiento, hacia el placer generado por un trabajo psíquico, intelectual, estético, pero que, nótese, “no es de aplicación universal, pues sólo es asequible para pocos seres humanos” (Freud, 2011: 79). Una «débil narcosis» producida por el arte (entre otras labores intelectuales), que no permite olvidar la miseria real, pero que está limitada por la exclusividad de la que disfrutaban aquellos privilegiados que pueden consagrar su vida a la experiencia estética (o científica). “Lo que de arte quedará ahí ya no será más que su cascarón: el *estilo*, es decir, la coherencia puramente estética que se agota en la imitación. Y esa será la ‘forma’ del arte que produce la industria cultural: identificación con la fórmula, repetición de la fórmula. *Reducido a cultura* el arte se hará ‘accesible al pueblo como los parques’, ofrecido al disfrute de todos, introducido en la vida como un objeto más, desublimado” (Martín-Barbero, 1991: 52).

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

Masificado el acceso a la cultura, el hombre de a pie recibe, acoge, es penetrado por una producción que está diseñada desde un primer momento para colapsarlo. “Las obras de arte son ascéticas y sin pudor; la industria cultural es pornográfica y ñoña” (Horkheimer, Adorno, 1998: 184). La libido del espectador se expone a estimulaciones permanentes: ya no hay desplazamiento, ya no hay sustracciones pasajeras laboriosas. El público de la industria cultural se embebe del principio del sistema de que será siempre un consumidor, eternamente propenso a engañarse de que sus necesidades serán satisfechas por la industria cultural cuando en realidad no hará más que contentarse con lo que se le ofrece, en una amenaza de castración que supone la esencia total del aparato erótico de la cultura de masas.

La industria cultural es una máquina expendedora de individuos adscriptos al régimen de la mercancía. “La industria está interesada en los hombres sólo en cuanto clientes y empleados suyos y, en efecto, ha reducido a la humanidad en general y a cada uno de sus elementos en particular a esta fórmula que todo lo agota” (Horkheimer, Adorno, 1998: 191).

Los productos culturales son totalmente incorporados a la esfera de la mercancía, pero de manera contradictoria; ya ni siquiera son intercambiables, pues son reproducidos gratuitamente por los medios de comunicación masivos, y mucho menos son utilizables, porque se disuelven en el uso mismo. Se reducen a la promesa, y así se funden con la publicidad, de la que tienen necesidad para completarse como satisfactores de deseos. Ella otorga el dominio del sistema al productor, le genera un prestigio, y, por su importancia, se vuelve “el arte por el arte, publicidad por sí misma, pura exposición del poder social” (Horkheimer, Adorno, 1998: 208). Este fenómeno se acentúa con el devenir del siglo XX, y así encontramos a la periodista canadiense antiglobalización Naomi Klein coronando la centuria con una afirmación elocuente: “El efecto, si no la intención original, de la creación más moderna de las marcas es poner a la cultura anfitriona en un segundo plano y hacer que la marca sea la estrella. No se trata de patrocinar la cultura sino de *ser* la cultura” (Klein, 2002: 48).

En la edición en español de 1998 editado por Trotta, concluye este artículo: “Es el triunfo de la publicidad en la industria cultural, la asimilación forzada de los consumidores a las mercancías culturales, desenmascaradas ya en su significado” (Horkheimer, Adorno, 1998: 212). En las primeras ediciones de 1944 y 1947, Adorno agregaba un cierre final: “(Continuará)”. Los albores del siglo XXI, en las palabras recién extraídas de Klein, parecieran confirmar las predicciones de Adorno.

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

*Teoría de la acción comunicativa y la lectura habermasiana de la «industria cultural»
adorniana y la cultura de masas*

Ahora bien, la racionalización de la modernidad es un tópico ampliamente abordado por la teoría sociológica del siglo XX. No sólo el determinismo económico de Adorno y Horkheimer con su sumisión de toda expresión humana a la racionalidad técnica; también lo hallamos desde la mirada weberiana de la diferenciación de esferas de valor y de estructuras de conciencia con pretensiones de validez específicas que conlleva la institucionalización de sistemas de saber; o incluso, profundizando la mirada del marxismo occidental, Lukács, que se sirve del fetichismo de la mercancía marxiano para considerar el desgajamiento de la esfera del trabajo social respecto a los contextos del mundo de la vida bajo la mirada doble de racionalización y cosificación y la confirmación de la hipótesis marxiana de la imposición de la forma mercancía como forma de objetividad dominante en la sociedad capitalista.

Estas dos últimas intervenciones son retomadas por Jürgen Habermas, referente de la segunda generación de la Escuela de Fráncfort, quien analiza la concepción de sus predecesores desde una perspectiva de la filosofía de la comunicación, para dejar atrás la filosofía de la conciencia y la filosofía objetivista de la historia. Como resultado de este giro lingüístico, Habermas se halla ante “la posibilidad de una relación de complementación entre la racionalidad cognitivo-instrumental, de un lado, y la racionalidad práctico-moral y estético-expresiva, de otro, y ello como criterio inmanente a un concepto no mutilado de praxis, o como ahora podemos decir: como criterio inmanente al concepto mismo de acción comunicativa” (Habermas, 1999: 463).

Lo innovador de Habermas reside en su consideración del medio lingüístico como supuesto de la acción, en un cambio del modelo teleológico de la acción a una concepción de la acción como orientada al entendimiento, como fuente necesaria de coordinación que se deriva del lenguaje. “Sólo el concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como un medio de entendimiento sin más abreviaturas, en que hablantes y oyentes se refieren, desde el horizonte preinterpretado que su mundo de la vida representa, simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, para negociar definiciones de la situación que puedan ser compartidas por todos” (Habermas, 1999: 137-138). El mencionado mundo de la vida refiere en la obra de este autor a “un saber de fondo compartido y dado por descontado en la acción actual” (Habermas, 1999: 433). El lenguaje y la cultura son elementos constitutivos del mundo de la vida mismo. Más específicamente, el mundo de la

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

vida es “...el lugar trascendental en que hablante y oyente se salen al encuentro; en que pueden plantearse recíprocamente la pretensión de que sus emisiones concuerdan con el mundo (con el mundo objetivo, con el mundo subjetivo y con el mundo social); y en que pueden criticar y exhibir los fundamentos de esas pretensiones de validez, resolver sus disentimientos y llegar a un acuerdo” (Habermas, 1992: 178).

Así, la racionalización social según Habermas deviene del «potencial de racionalidad ínsito en la base de validez del habla». Como la coordinación en pos de la acción se logra a partir del entendimiento, son las condiciones de ese consenso las que determinan la capacidad racionalizadora de las relaciones entre interactuantes. “...un mundo de la vida puede considerarse racionalizado en la medida en que permite interacciones que no vienen regidas por un consenso normativamente *adscrito*, sino –directa o indirectamente- por un consenso comunicativamente *alcanzado*” (Habermas, 1999: 434). El mundo de la vida en su racionalización se reestructura en la práctica cotidiana institucionalizando saberes especializados según pretensiones de validez cognoscitivas, normativas y estéticas, que sustituyen al saber tradicional en su función de dirigir la acción. A través de los tres universales pragmáticos: exigencias de verdad proposicional, de normativas en torno a la corrección y relacionadas a la sinceridad (Stevenson, 1998: 92), encontramos una permanente controversia y redefinición en un mundo de la vida que se concibe como lingüísticamente definido y conectado a través de tres dimensiones –veritativa, normativa y expresiva, correspondientes cada una de ellas a uno de los universales pragmáticos- a los tres mundos de referencia de las interacciones sociales. En esta diferenciación de sistemas de saber, se afectan las formas de reproducción cultural, interacción social y socialización. Esto conlleva la formación de subsistemas en que se institucionalizan la acción económica y la acción administrativa racionales con arreglo a fines.

Con esta sistematización Habermas logra concebir a la sociedad moderna como la articulación del mundo de la vida con la teoría de los sistemas: “determina con más precisión el concepto de mundo de la vida distinguiéndolo del de sistema, e integrándolo con él en un concepto de sociedad en dos niveles” (McCarthy, 2013: 464). Evitando las reducciones: culturalista del planteo fenomenológico; institucionalista del estructural-funcionalismo; y psicologicista del interaccionismo simbólico; Habermas “propone que combinemos las dos perspectivas y concibamos la sociedad como un «sistema que tiene que satisfacer las condiciones de mantenimiento propias de mundos socioculturales de la vida», o como un «plexo de acción

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

sistémicamente estabilizado de grupos sociales integrados socialmente»” (McCarthy, 2013: 468).

En su evolución social hacia la racionalización del mundo de la vida, progresivamente se va dando un desacoplamiento entre el sistema y el mundo de la vida. Esta diferenciación dimensional genera las condiciones necesarias para que, ante la liberación del consenso adscripto, el entendimiento se vea frente a una creciente necesidad de coordinación, que proporcionarán los medios de control, sustitutos del lenguaje como mecanismo de coordinación de la acción, pues suponen valores instrumentales generalizados como el dinero y el poder. Se da una deslingüistización de la coordinación, que deriva en una competencia entre «principios de integración social»: el lenguaje y los medios de control. “...la racionalización del mundo de la vida hace posible un tipo de integración sistémica que entra en competencia con el principio de integración que es el entendimiento y que, bajo determinadas condiciones, puede incluso reobrar, con efectos desintegradores, sobre el mundo de la vida” (Habermas, 1999: 437).

Tomada esta posición, el autor en cuestión se presta a analizar a la cultura de masas como una fuerza integradora del capitalismo: “la cultura de masas liga la conciencia de anchas capas de la población a los imperativos del *statu quo*” (Habermas, 1999: 467). Esto es posible por la penetración de la racionalización en el ámbito de la reproducción cultural. Esta última “asegura la *continuidad* de la tradición y una *coherencia* del saber que baste en cada caso a la práctica comunicativa cotidiana” (Habermas, 1992: 200). Habermas lee en Horkheimer y Adorno una reducción del mundo racionalizado a una «falsa» totalidad causada por la fundición de las fuerzas productivas técnico-científicas con las relaciones de producción. De esta manera, aduce que los autores de *Dialéctica de la Ilustración* explican la reproducción cultural desde el punto de vista de la cosificación: “la teoría de la cultura de masas [de Adorno y Horkheimer] parte de que la forma mercancía se adueña también de la cultura ocupando tendencialmente con ello *todas* las funciones del hombre” (Habermas, 1999: 469). Para Habermas, no en todos los estadios del desarrollo de la sociedad tiene que hallarse necesariamente la base social en la economía: el ámbito simbólico-expresivo puede ir paulatinamente cumpliendo un rol más preponderante en la evolución de la sociedad (Wuthnow et al, 1988: 234). Por esta razón, Habermas se contrapone a Adorno alegando que este autor no se percata de la ambivalencia del control social ejercido por los medios de comunicación de masas. “Un análisis, como el suyo, que parte de la forma mercancía de los medios culturales, asimila los nuevos medios de comunicación de masas al medio valor de

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

cambio, aun cuando las semejanzas estructurales no lleguen demasiado lejos. Pues mientras que el medio dinero *sustituye* al entendimiento lingüístico como mecanismo de coordinación de la acción, los medios de comunicación de masas siguen dependiendo del entendimiento lingüístico” (Habermas, 1999: 473).

La posibilidad de analizar la «industria cultural» como «tecnificación del mundo de la vida» o como «colonización del mundo de la vida»

Habiendo presentado los postulados fundamentales de la obra habermasiana, con su dualidad sistema-mundo de la vida apoyada en una integración social fundada en el entendimiento a través de la acción comunicativa y la visión del autor en torno a la problemática que nos compete, la cultura de masas; nos adentramos ahora en un intento de emparejamiento conceptual a través del cual se pretenderá juzgar a la industria cultural de la civilización industrial tardía descrita por Adorno desde dos conceptos esbozados por Habermas en su *Teoría de la Acción Comunicativa, II*: la tecnificación del mundo de la vida y la colonización del mundo de la vida, fenómenos inscriptos en la racionalización del mundo de la vida.

Una primera aclaración: es posible ensayar este desplazamiento gracias a la concepción del autor de que “[los] gestos físicos, las representaciones teatrales, las artes plásticas, la música, los íconos, incluso los aspectos simbólico-expresivos de conductas ordinarias tales como comer, votar participar en huelgas, podrían por igual ser considerados actos comunicativos” (Wuthnow et al, 1988: 223). La cultura consiste en Habermas en conducta comunicativa, formas observables, no meras elucubraciones subjetivas.

Pergeñada dicha justificación, nos disponemos a dar comienzo al ejercicio. Como se mencionó más arriba, la diferenciación de sistemas de saber que supone la racionalización del mundo de la vida, conlleva la generación de medios de control que deslingüistizan la coordinación de la acción. “Este cambio en la coordinación de la acción, de la que se hacen cargo ahora medios de control en lugar del lenguaje, significa una desconexión de la interacción con respecto a los contextos del mundo de la vida” (Habermas, 1992: 258). Se lleva a cabo una simplificación y sustitución de la comunicación lingüística que desvaloriza al mundo de la vida sometiéndolo a los medios de control. Esta es la tecnificación del mundo de la vida: “un condicionamiento de las decisiones en un espacio de contingencias ampliado” (Habermas, 1992:259).

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

Esta separación del mundo de la vida sólo es plausible de darse en los ámbitos funcionales de la reproducción material. Ellos “...pueden ahorrar en buena parte los costos que entraña el disentimiento, porque desligan la coordinación de la acción de la formación lingüística de un consenso, neutralizándola frente a la alternativa acuerdo/falta de entendimiento” (Habermas, 1992: 376). Esto desliga a la coordinación de la búsqueda de consenso que se alcanza comunicativamente, y que en esa negociación se da una fuente potencial de crítica a las pretensiones de validez. El dinero y el poder anulan la reprimenda, anulan el forcejeo por la legitimidad de los sentidos de los interactuantes: en similar manera, la industria cultural aplaca las expresiones de disenso con la predominancia de las formas y el efecto por sobre el detalle, y definen lo posible a partir de lo ofertado, desechando toda novedad que exceda la innovación técnica, amenazando con la castración al que se atreva a subvertir los límites de lo inalcanzable, generando consumidores que se mecanizan no sólo en su vida material sino en su entretenimiento, “...esa suerte de sumisión inmediata al orden que inclina a hacer de la necesidad virtud –diría Pierre Bourdieu a propósito de su concepto de habitus en *El Sentido Práctico*-, es decir a rechazar lo rechazado y a querer lo inevitable...” (Bourdieu, 2013: 88). El consumidor resignado a vivir del engaño de la satisfacción nunca alcanzada que se sabe inalcanzable, enarbolando lo dado en la cotidianeidad de la rutina como irremplazable, niega las pretensiones ensoñadas por el escritor peruano Mario Vargas Llosa en torno al arte de la literatura: “Los hombres no están contentos con su suerte y casi todos –ricos o pobres, geniales o mediocres, célebres u oscuros- quisieran una vida distinta de la que viven. Para aplacar –tramposamente- ese apetito nacieron las ficciones. Ellas se escriben y se leen para que los seres humanos tengan las vidas que no se resignan a no tener. En el embrión de toda novela bulle una inconformidad, late un deseo...” (Vargas Llosa, 2002: 5).

En este sentido la concepción adorniana de la cultura de masas se condice con la tecnificación del mundo de la vida; sin embargo, el obstáculo fundamental a la que dicho nexo se enfrenta refiere a lo antes predicado por Habermas en su propia interpretación de la obra de Adorno: al concebir a los bienes culturales totalmente inmersos en la esfera de la mercancía, los asimila a los valores de cambio, cuya expresión, el dinero, supone un medio de control que refiere a un ámbito funcional de la reproducción material, no a una estructura simbólica del mundo de la vida como sería la cultura de masas a pesar de verse adaptada a la industria. “Las estructuras simbólicas del mundo de la vida sólo pueden reproducirse a través del medio básico que representa la acción orientada al entendimiento” (Habermas, 1992, 373). Vemos que las estructuras simbólicas como la cultura no logran ese distanciamiento respecto del mundo de la

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

vida que sí se da en los casos del subsistema capitalismo encarnado en el medio de control dinero y del subsistema instituto estatal ligado al medio de control poder.

Desechada la oportunidad de caracterizar a la industria cultural según el concepto de «tecnificación del mundo de la vida», se finalizará el discurso intentando dar cuenta de la noción de «colonización del mundo de la vida».

La economía y el Estado son ámbitos de acción, según Habermas, que están integrados sistemáticamente, diferenciándose del sistema institucional a través de los medios dinero y poder. Pero en el ámbito de la sociedad burguesa, estos se enfrentan a ámbitos de acción integrados socialmente que toman la forma de esfera de la vida privada y esfera de la opinión pública. En este último caso, “el núcleo institucional de la esfera de la opinión pública lo constituyen aquellas redes de comunicación reforzadas inicialmente por las formas sociales en que se materializa el cultivo del arte, por la prensa, y más tarde por los medios de comunicación de masas, que posibilitan la participación del público de consumidores del arte en la reproducción de la cultura y la participación del público de ciudadanos en la integración social mediada por la opinión pública. Las esferas de la opinión pública cultural y política quedan definidas desde la perspectiva sistémica del Estado como el entorno relevante para la *obtención de la legitimación*” (Habermas, 1992: 452). En esta esfera puede incluirse a la industria cultural, como artefacto de homogeneización por parte de los sectores dominantes a través de la cultura para definir individuos consumidores e individuos empleados. Sin embargo, si la reproducción simbólica se asienta sobre la integración sistémica, los efectos laterales resultantes serán patológicos; la integración sistémica se da a partir de que “los productos del mundo de la vida *se ajusten a los medios de control* experimentando un proceso de abstracción real que los reduce a *inputs* del correspondiente subsistema” (Habermas, 1992: 457): esta es la colonización del mundo de la vida. De esta forma, la industria cultural podría verse como un efecto patológico de la adscripción de elementos de la esfera de la opinión pública a medios de integración sistémica de la Economía.

A modo de conclusión: el rescate de la emancipación posible frente a un diagnóstico sombrío

Mostrando estos argumentos, nos inclinaremos por la caracterización de la industria cultural como un caso de colonización del mundo de la vida, un caso de “pulverización de la esfera cultural por la economía y el Estado” (Stevenson, 1998: 92). Podemos sustentar aún más nuestra decisión en los indicios tentativos que rescata Wuthnow de la obra de nuestro autor (Wuthnow, 1988: 253), referidos a la regulación de los medios masivos por normas de

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

racionalidad técnica –que, recordemos, Adorno definía como la «racionalidad del dominio mismo»-, comunicación *sistemáticamente* distorsionada en la que “los participantes suponen que se han entendido entre sí y que han llegado a algún consenso, pero debido a intereses no reconocidos han participado sólo en una seudocomunicación, y no alcanzaron un consenso auténtico” (ibídem: 249)

De todas formas, esta no es exactamente la forma en que define Habermas a la cultura mediatizada, pues el autor dedica unos de los últimos apartados de su obra para interpelar a Adorno y Horkheimer y aducir que los medios de comunicación de masas son un caso diferente de los medios de control sistémico dentro de aquellos medios capaces de exonerar a la coordinación del entendimiento. Así, Habermas define este segundo tipo de medios que evitan la necesidad del entendimiento para la coordinación de la acción como formas generalizadas de comunicación, “que no sustituyen al entendimiento lingüístico, sino que simplemente lo condensan y que, por lo mismo, permanecen ligadas a los contextos del mundo de la vida” (Habermas, 1992: 552). Estos permiten la trascendencia del mensaje a niveles espacio-temporales virtualmente siempre presentes y contextualmente múltiples.

Nuestra conclusión, ligada a la tesis sombría final de Jürgen Habermas, carece de fundamentos afianzados, y peca de contradicción a la propia visión del autor; sin embargo, puede aportar un desenlace interesante para esta reflexión teórica en la que se apunta primordialmente a hacer commensurables conceptos pertenecientes a generaciones distintas de una misma escuela de pensamiento.

La desventaja mayor, la debilidad hiriente de nuestro diagnóstico, es su implicación política: con medios de comunicación de masas colonizados por el subsistema Economía, se pierde la potencia emancipatoria de la obra habermasiana –de la cual es, de hecho, muy rica. Todo el aparato teórico de la acción comunicativa apunta al interés por la emancipación; la crítica característica del marxismo y el psicoanálisis freudiano encuentra en la acción comunicativa la posibilidad de reconstruir las negociaciones por el consenso, de comprender las imbricaciones de nuestros mundos vitales con las funciones sistémicas, de desandar los caminos de la ideología y la dominación.

El reducto de crítica que buscábamos en el comienzo de este trabajo, aquel refugio ante la propagación de la razón al servicio de la dominación, lo encuentra Habermas en la esfera de la opinión pública, aquel ámbito, mejor dicho, orden institucional del mundo de la vida en donde (desde una lectura de la teoría de los sistemas) el subsistema administrativo Estado se juega la

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

obtención de legitimidad frente a sus ciudadanos. “La esfera pública burguesa se desarrolló a partir de un sistema feudal que negaba el principio de la discusión pública abierta en cuestiones de interés universal. [...] Entre el ámbito de la autoridad pública y la sociedad civil apareció el dominio crítico de la esfera pública. El propósito de la esfera pública era habilitar a las personas para reflexionar críticamente acerca de ellas mismas y de las prácticas del Estado” (Stevenson, 1998: 87). Ella se basa en el *principio de la publicidad* según el cual se privilegia el uso público de la razón por sobre su utilización en la vida privada. La separación del Estado y la sociedad civil permitió el surgimiento de una esfera pública desencantada al estilo weberiano, en la que Habermas ve las transformaciones necesarias para una sociedad potencialmente más «abierta» (ibídem: 96). Vapuleada en el devenir histórico por la «privatización» de la cultura, su trivialización mercantilista, procesos que «refeudalizaron» la esfera pública y colonizaron el mundo de la vida, provocaron un empobrecimiento cultural que, afortunadamente, es reversible. “...sólo con la fuerza de los principios universales y de la acción comunicativa podría hacerse frente democráticamente a la colonización y al empobrecimiento cultural. Con su teoría de la acción comunicativa, Habermas puede proporcionar la base filosófica para la reconstrucción de la esfera pública en una forma en que el pesimismo cultural de la primera Escuela de Fránfort no podría haberlo hecho” (ibídem: 94). Los nuevos movimientos sociales materializan los vestigios de una esfera pública con cuya reestructuración se añora.

La cultura resulta un espacio estratégico en el que la contradicción puede enarbolarse y transformar el déficit de racionalidad económica y el exceso de legitimación estatal -cuyo problema es la búsqueda desesperada del capitalismo y el Estado burocrático moderno de procedimientos que sean considerados racionales para alcanzar el consenso necesario para la estabilidad que sintetiza la capacidad adaptativa de un sistema social (Wuthnow et al, 1988: 241-242)- en *crisis de sentido*, crisis cultural que deviene en la posibilidad de una transformación cualitativa de lo político, y la formación de una nueva subjetividad (Martín-Barbero, 1991: 70).

Democratizando los *mass media*, el público puede entrar en el diálogo en pos de la promoción de nuevas formas de comunidad y entendimiento. Si se ponen en poder popular radicalmente los aparatos de la industria cultural, inefablemente podrán pluralizarse las voces recibidas más allá de las presentes en los encuentros cotidianos (Stevenson, 1998: 110; 116).

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

En fin, la esperanza por la liberación a través de la racionalidad ínsita en la comunicación refuerza su posición, equilibrando la balanza con la inevitablemente nostálgica lectura de la colonización del mundo de la vida y una esfera de la opinión pública que pareciera disolverse (pero en realidad persiste en su potencialidad). “...este esquema sustenta su convicción de que la cultura moderna, por un lado, pasa por las angustias de una crisis aguda, y por el otro, ha desarrollado el potencial para progresar hacia una etapa superior del proceso evolutivo...” (Wuthnow et al, 1988: 213).

Reconstruyendo la acción comunicativa, la Teoría Crítica está en posición de reafirmarse como el constructo teórico realmente emancipatorio, haciendo uso de aquella herramienta privilegiada para objetivizar los acontecimientos, el lenguaje, que abre paso a la reflexión crítica.

Cultura de masas y racionalización del mundo de la vida. El concepto de «industria cultural» de Theodor Adorno interpelado por la «Teoría de la Acción Comunicativa» de Jürgen Habermas

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (2013), “Estructuras, habitus, prácticas”, en *El Sentido Práctico*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Freud, Sigmund (2011), “El malestar en la cultura”, en *Obras completas: El porvenir de una ilusión, El malestar en la cultura y otras obras: 1927-1931*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Habermas, Jürgen (1999), *Teoría de la acción comunicativa, I. Racionalidad de la acción y racionalización social*, Taurus, Madrid.
- Habermas, Jürgen (1992), *Teoría de la acción comunicativa, II. Crítica de la razón funcionalista*, Taurus, Madrid.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor (1998), “La industria cultural”, en *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid.
- Klein, Naomi (2002), “Las marcas se expanden: Cómo el logo llegó a ocupar el centro de la escena”, en *No Logo*, Paidós, Buenos Aires.
- Marcuse, Herbert (1993), “La conquista de la conciencia desgraciada: una desublimación represiva”, en *El Hombre Unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Planeta-Agostini, Barcelona.
- Martín-Barbero, Jesús (1991), “Industria cultural: capitalismo y legitimación”, en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Cdad. de México - Barcelona.
- McCarthy, Thomas (2013), “Epílogo a la edición castellana: la teoría de la acción comunicativa”, en *La Teoría Crítica de Jürgen Habermas*, Tecnos, Madrid.
- Stevenson, Nick (1998), “Habermas, la cultura de masas y la esfera pública”, en *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Vargas Llosa, Mario (2002), “Introducción”, en *La verdad de las mentiras*, Alfaguara, Madrid.
- Wuthnow, Robert et al. (1988), “La Teoría Crítica de Jürgen Habermas”, en *Análisis Cultural. La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas*, Paidós, Buenos Aires.