

Sobre la Industria cultural. Horkheimer y Adorno.¹

Alejandra Bertucci
UNLP.

El propósito del presente artículo es trabajar la noción de Industria cultural como la presentan Adorno y Horkheimer en la *Dialéctica de la ilustración*. Para ello primero nos concentraremos en la estructura general del libro, haciendo hincapié en la paradoja de la Ilustración que explica la dialéctica, lo que nos servirá para contextualizar la crítica de la Industria cultural como uno de los fenómenos de la realidad político social en los que la dialéctica de la ilustración se manifestaba en toda su crudeza. Luego expondremos el funcionamiento de la Industria cultural a partir de algunos temas centrales, la densidad conceptual del texto no nos permitirá abordarlos a todos.

Dialéctica de la Ilustración

Dialéctica de la Ilustración es un texto escrito en colaboración por Max Horkheimer y Theodor Adorno en la década del 40 mientras estaban exiliados en los Estados Unidos. La primera versión, en alemán, aparece en 1944 en una edición fotocopiada de 500 ejemplares bajo el título *Fragmentos Filosóficos*. En 1947 aparece como libro ya con el título *Dialéctica de la Ilustración*².

Este libro representa un punto de inflexión en el desarrollo de la Teoría Crítica³, de la crítica marxista de la ideología en la sociedad burguesa a la crítica radical de la cultura occidental en la línea de Nietzsche. Ya el título implica una toma de conciencia de la densa complejidad de los procesos que dieron lugar al proyecto racionalista de la modernidad. Los ideales de la ilustración libertad, justicia y solidaridad siguen siendo válidos, pero el proceso histórico de esa ilustración muestra hoy (1944) no un avance hacia el reino de la libertad sino un retroceso. Es por ello necesario hacer una crítica ya no solamente de las dimensiones ideológicas de la sociedad burguesa sino de todo el proceso de la Ilustración.

La clave de esa crítica reside en la convicción de que existe un paradoja en la ilustración: “El mito es ya Ilustración, la Ilustración recae en mitología”⁴. Esto Paradoja es trabajada

¹ Texto publicado en *Problemas filosóficos contemporáneos. Cuaderno de cátedra. Perspectivas sobre filosofía, arte y comunicación*. Comp. Analía Melamed. Cuadernos de cátedra de la Facultad de Periodismo y comunicación social de la UNLP. ISBN 978-950-34-1051-6. Noviembre 2013

² La historia de la recepción de la *Dialéctica de la Ilustración* es llamativa. Un texto en alemán escrito para un público angloparlante, en una edición muy limitada. Sus autores, en especial Horkheimer, manifestaron reticencias para reeditarlo, principalmente por su carácter fragmentario e inconcluso pero sobre todo por el impacto político que el texto podía tener sobre las revueltas estudiantiles de la década del 60. Las revueltas estudiantiles encontraron fundamentación para sus reclamos en la obra de Marcuse, autor que había tenido mayor difusión pero cuyas ideas directrices eran deudoras de la *Dialéctica de la Ilustración*. Finalmente *Dialéctica de la Ilustración* es reeditada en 1969 en Alemania. La versión en inglés aparece recién en 1972.

³ Originalmente la teoría crítica era un cuerpo de pensamiento de orientación marxista que se opone al Marxismo soviético oficial. Se opone principalmente a una interpretación científicista y economicista de Marx en la que se atribuya una determinación directa y mecánica de la superestructura (ideológica, política, cultural) por la estructura económica. Especialmente interesada en los escritos tempranos de Marx donde la influencia de Hegel era más marcada

⁴ Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2006. pág.56.

en el primer ensayo “Concepto de Ilustración”. La Ilustración se explicó a sí misma como un proceso de racionalización por el cual Occidente abandona el mito y la superstición por el saber científico; este proceso llevaría inexorablemente a la humanidad al reino de la libertad, a la completa civilización. La paradoja de la Ilustración radica en lo que Horkheimer llama la enfermedad de la razón, y que ya estaba en su propio origen; esto es el afán del hombre de dominar la naturaleza. Su objetivo desde el principio era liberar a los hombres del miedo y constituirlos en señores; su programa: el desencantamiento del mundo para someterlo a su dominio.

La Ilustración disuelve los mitos e entroniza el saber de la ciencia que ya no aspira a la verdad sino a la explotación y dominio sobre la naturaleza desencantada. En el proceso de Ilustración el conocimiento se torna en poder y la naturaleza queda reducida a pura materia o sustrato de dominio. La Ilustración opera según el principio de identidad: no soporta lo diferente y desconocido.

Pero esta enfermedad de la razón, el dominio, ya estaba presente en el mito mismo. En el mito hay un momento de Ilustración, el mito es un primer estadio de la Ilustración. El mito quería narrar, explicar el origen, es decir controlar y dominar. Aunque el mito se disuelve en la Ilustración y la naturaleza en mera objetividad.

La paradoja se completa cuando la Ilustración se mistifica. El proceso racionalista ilustrado guiado por el dominio científico de la naturaleza termina eliminando no sólo al mito sino también a todo “sentido” que trascienda los hechos brutos que estudia la ciencia.

“La propia mitología ha puesto en marcha el proceso sin fin de la ilustración, en el cual toda determinada concepción teórica cae con inevitable necesidad bajo la crítica demolidora de ser sólo una creencia, hasta que los conceptos de espíritu, de verdad, e incluso de ilustración quedan reducidos a magia animista...”⁵

La recaída de la ilustración en mitología es la recaída del espíritu, que emergió con ella, bajo el dominio ciego de la naturaleza. Esta se venga así de la explotación a que ha sido sometida por el hombre en el exterior y de la represión que ha sufrido en el interior del mismo sujeto. El proceso Ilustrado que se percibió a sí mismo como un inexorable aumento de la libertad humana termina en un proceso histórico de dominación del hombre por la técnica. El hombre es tratado en las sociedades contemporáneas como un objeto más de la ciencia. Lo que marcaba la diferencia del hombre con la naturaleza material, lo que en la cita es llamado su espíritu y que nosotros podríamos llamar su subjetividad sufre bajo el mismo proyecto moderno una represión de su individualidad bajo la fuerza del control social.

Los cuatro ensayos que siguen a “Concepto de Ilustración” verifican la tesis básica de la paradoja de la Ilustración en la realidad histórica. Los dos primeros de forma directa y expresa. “Odiseo, o mito e Ilustración” estudia la *Odisea* de Homero (Ilustración griega); “Juliette, o Ilustración y moral” la obra de Sade (Ilustración moderna). Los otros dos capítulos recogen dos proyectos de investigación del Instituto de Investigación Social sobre dos fenómenos de la realidad político social de aquel momento, en los que la dialéctica de la ilustración se manifestaba en toda su crudeza: la cultura de masas: “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas” y el antisemitismo: “Elementos del

⁵ ídem, Pág.67.

antisemitismo. Límites de la Ilustración”. El libro cierra con unos aforismo, esbozos de lo que podría ser un concepto positivo de ilustración con lo que se pretendía completar la crítica dialéctica.

Industria cultural. Ilustración como engaño de masas⁶.

La cultura de masas depende para su aparición principalmente de dos factores; primero la posibilidad de la reproducción técnica de bienes culturales y segundo de la aparición de las masas, es decir de grandes grupos poblacionales con la capacidad económica de consumir bienes culturales.

Si bien la posibilidad de la reproducción técnica de bienes culturales puede rastrear su origen en la invención de la imprenta y con ella a la posibilidad de producir de modo barato no sólo libros, sino también periódicos, revistas y estampas de cuadros famosos; será en el inicio del siglo XX cuando se introducen dos nuevas tecnologías que transformarían la comunicación: la radio y el cine.⁷

El segundo factor, la aparición de las masas está ligado al surgimiento del capitalismo. Con el paulatino avance en el nivel de vida de la clase trabajadora también aumenta la capacidad de consumo de bienes culturales con lo que aparece toda una industria que debe satisfacer esta demanda. Este proceso es paralelo al desarrollo del capitalismo y por ello puede rastrearse hasta el siglo XVIII. Pero el siglo XX, junto con las nuevas tecnologías, trae también nuevos usos políticos de la cultura de masas; no sólo en el capitalismo tardío, que será estudiado por nuestros autores en profundidad en la sociedad norteamericana sino también en las sociedades fascistas, el caso de la Alemania nazi está presente en todo el texto, e incluso en las sociedades comunistas como la Unión soviética. El concepto de Industria Cultural trata de dar cuenta de una novedad en torno a la cultura de masas en el capitalismo tardío que es la organización de esta cultura a partir de un sistema homogéneo de dominación. Por ello el ensayo comienza afirmando la existencia de este monopolio cultural en contraposición con las tesis sociológicas de corte conservadoras que denunciaban el carácter caótico de la vida social y cultural en el liberalismo.

Frente a la tesis del caos cultural que añora un pasado perdido, Adorno y Horkheimer afirman que: “La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza”⁸. El Cine, la radio las revistas constituyen un sistema en que cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos.

“Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto - el armazón conceptual fabricado por aquel- comienza a dibujarse. Los dirigentes no están ya en absoluto interesados en esconder dicho armazón; su poder se refuerza cuanto más

⁶ Otra traducción al español refuerza la presencia de la paradoja de la Ilustración en el título de este ensayo reemplazando engaño por mistificación. Así en la edición de Sudamericana se lee: "La industria cultural. El iluminismo como mistificación de masas." El original en alemán es "*Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug*". El término en disputa sería *Betrug* cuya traducción literal es engaño, impostura, fraude. Puede llegar a extenderse a ilusión, pero mistificación sólo tiene sentido en el contexto de la temática del libro.

⁷ Es interesante señalar que la televisión estaba en una fase experimental en la década del 40 e Internet no era siquiera una idea en la ciencia ficción.

⁸ Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Op. Cit. Pág. 165

brutalmente se declara. El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias”⁹

Tradicionalmente la producción de bienes culturales dependía de la esfera del arte, los artistas realizaban obras literarias, pinturas, sinfonías que eran consumidas por unos pocos privilegiados. Con el uso de técnicas de reproducción en serie estos bienes sufren una modificación para adecuarlos al consumo masivo, la marca más notoria es la estandarización. El poder de la industria cultural es tal que ya no necesita del valor social del arte para atribuírselo a sus productos, se los presenta directamente como una mercancía que promete diversión.

El poder en la unidad de la industria cultural da testimonio de la unidad en la vida política. Las distinciones que emplea la industria cultural son ilusorias y sirven para clasificar, organizar y manipular a los consumidores.

“la violencia de la sociedad industrial actúa en los hombres de una vez por todas. Los productos de la industria cultural pueden contar con ser consumidos alegremente incluso en un estado de dispersión. Pero cada uno de ellos es un modelo de la gigantesca maquinaria económica que mantiene a todos desde el principio en vilo: en el trabajo y en el descanso que se le asemeja”¹⁰

Si para una mirada superficial, la cultura de masas, implicaría una mayor democratización al permitirle a las masas acceder a bienes que no tendrían de otro modo. Una mirada más profunda revela que la Industria cultural reproduce la injusticia social. La Industria cultural es un sistema de dominación que anula las diferencia y crea una ilusión de libertad, siempre puedo elegir entre los objetos para consumir, lo que no puedo es elegir no consumir. En vez de democrática es autoritaria.

Para exponer el funcionamiento de la industria cultural Adorno y Horkheimer analizarán las oposición entre arte y cultura de masas principalmente a través de la noción de estilo.

Arte y cultura de masas. Acerca del estilo.

El arte para la escuela de Frankfurt no era mero reflejo de los intereses de clase, como afirmaba la ortodoxia marxista, sino que incluso “el arte genuino actuaba como el vedado final de los anhelos humanos de esa “otra” sociedad más allá de la actual”¹¹. Horkheimer llegó a afirmar que desde que el arte conquistó su autonomía ha preservado la utopía que se desvaneció en la religión. Así el famoso desinterés del arte que Kant postulo como uno de sus rasgos fundamentales es erróneo, el arte verdadero es una legítima expresión del interés del hombre en su felicidad futura.

A los miembros de la Escuela de Frankfurt les gustaba usar la frase de Stendhal que decía que el arte era una promesa de felicidad. El arte tenía una dimensión de negatividad en relación con lo dado, de resistencia a la presión de las instituciones dominantes y por lo tanto, una dimensión política: la presentación de un anticipo de la otra sociedad negada por las condiciones presentes.

⁹ ídem. Pág. 166

¹⁰ ídem. Pág. 172.

¹¹ Jay, Martin , *La imaginación dialéctica*, Taurus, Buenos Aires 1984. Pág.293

“Sin embargo, sólo en la confrontación con la tradición, que cristaliza en el estilo, halla el arte expresión para el sufrimiento. El elemento de la obra de arte mediante el cual ésta trasciende la realidad es, en efecto, inseparable del estilo; pero no radica en la armonía realizada, en la problemática unidad de forma y contenido, interior y exterior, individuo o sociedad, sino en los rasgos en los que aparece la discrepancia, en el necesario fracaso del apasionado esfuerzo por la identidad”¹².

Aquí aparece la noción de estilo ligada a la capacidad del arte de trascender la realidad. El estilo es una de las categorías más oscuras de la estética. Se usa para designar el modo o manera que identifica la producción de una artista o periodo. La oscuridad aparece cuando uno intenta catalogar cuales serían los rasgos que permiten esta identificación. Adorno y Horkheimer no son particularmente claros pero podríamos reducir la categoría a los propósitos de la comparación entre arte y cultura de masas en este texto a identidad y discrepancia.

El estilo en las obras de arte serio, como deja ver la cita anterior, debe primero oponerse a la tradición (sino sería imitación de un estilo existente, eso es lo que hacen las obras mediocres) y; luego, debe tener una dimensión de diferenciación, de negatividad, con respecto a la sociedad misma. Esto no significa que toda obra de arte deba tener un mensaje revolucionario o de denuncia explícito. En tanto que las obras de artes son variaciones imaginarias del mundo implican *per se* una distancia crítica con el mundo.

El estilo en la cultura de masas en cambio, es la negación del estilo, trabaja con la identificación y de ese modo elimina toda dimensión de resistencia política del arte.

El estilo de la Industria cultural es un tipo de “naturalismo”.

“Es el ideal de la naturaleza en la industria, que se afirma tanto más imperiosamente cuanto más la técnica perfeccionada reduce la tensión entre la imagen y la vida cotidiana. La paradoja de la rutina disfrazada de naturaleza se advierte en todas las manifestaciones de la industria cultural.”¹³

La Industria cultural mediante la unidad de estilo va a generar un sistema de la no-cultura. Al no poder distinguir entre la obra y la vida cotidiana se genera un proceso de identificación. Adorno y Horkheimer lo señalan en los esfuerzos tecnológicos en el cine, para que el individuo no perciba diferencia alguna entre la experiencia vivida en el cine y fuera de él; o en la radio el uso de un lenguaje coloquial igual al que el oyente usa en su vida cotidiana. El arte marcaba su distancia de lo real con marcas explícitas, bastaba abrir una novela para reconocer el lenguaje como literario. Ahora este nuevo ideal de naturalidad homogeniza los productos culturales entre sí y con la vida diaria.

“La rara capacidad de cumplir minuciosamente las exigencias del idioma de la naturalidad en todos los sectores de la industria cultural se convierte en medida de la habilidad o competencia. Todo lo que se dice y la forma en que se dice debe poder ser controlado en relación con el lenguaje de la vida ordinaria, como en el positivismo lógico”¹⁴

¹² Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Op. Cit. Pág. 175.

¹³ Ídem. Pág. 173

¹⁴ Ídem, Pág. 174.

Industria cultural como engaño de masas: El arte como diversión

Eliminada la dimensión negativa del arte serio, el arte en la era de la reproducción técnica sirve para reconciliar la audiencia de masas con el *status quo*. “La industria cultural, en suma, absolutiza la imitación. Reducida a mero estilo, traiciona el secreto de éste: la obediencia a la jerarquía social.”¹⁵

Hay un control de la conciencia individual por parte de los monopolios culturales que es mucho más sutil y eficaz que los rudos métodos de dominación de épocas anteriores. Sin embargo, como en épocas anteriores la clave de la dominación es económica. Los monopolios culturales son, según Adorno y Horkheimer, dependientes de los monopolios industriales.¹⁶

El objetivo de la industria cultural “es cerrar los sentidos de los hombres, desde la salida de la fábrica por la tarde hasta la llegada, a la mañana siguiente, al reloj de control, con los sellos del proceso de trabajo que ellos mismos deben alimentar a lo largo de todo el día”¹⁷

Los hombres se sienten cómodos en el rol de consumidores y no ofrecen ninguna resistencia al sistema que los explota. Esto nos lleva a un tema que atraviesa toda la crítica neomarxista, que es el problema de la conciencia de clase del proletariado en el capitalismo tardío. Para Marx el proletariado era la clase revolucionaria por excelencia, la lucha de clases se resolvería con el triunfo de éste. Si bien el colapso del capitalismo ocurriría inevitablemente por las propias contradicciones del modo de producción capitalista, la toma de conciencia del proletariado, gracias a la crítica de la ideología, cumplía también un rol.

Si en la época de Marx el proletariado era una fuerza activa de transformación social; no es este ya el caso en las sociedades capitalistas avanzadas como la de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, que es la que describen nuestros autores. La teoría debe poder explicar que ha pasado con la conciencia de clase del proletariado. La respuesta de Adorno y Horkheimer se centra en la industria cultural.

“Los consumidores son los obreros y empleados, agricultores y pequeños burgueses. La

¹⁵ Ídem, Pág. 175. La posición de Adorno y Horkheimer en este punto se diferencia de la de Benjamin. Benjamin acuña la noción de *aura* para explicar que es lo que pierde la obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica, noción que va a ser usada a menudo por los miembros de la escuela de Frankfurt aunque no en este texto en particular. El *aura* era el limbo singular que circundaba una obra de arte original. Era el sentido especial de *hic and nunc* (aquí y ahora) que daba autenticidad a la obra. Existía también según Benjamin en la naturaleza donde consistía en “la manifestación irrepetible de una lejanía por cercana que pueda estar”. Era este aura singular de una obra de arte genuina lo que no podía conservarse una vez que se reproducía técnicamente. Con la pérdida del aura se transforma la función íntegra del arte, de la praxis ritual se pasa a la praxis política. Sin embargo, a pesar de la pérdida del aura, el diagnóstico de Benjamin sobre el arte de masas no es tan pesimista como el de Adorno y Horkheimer en este texto. Bajo la influencia de Brecht cree en el potencial progresista de un arte colectivo, politizado. Benjamin, Walter, “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica” en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989.

¹⁶ Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Op. Cit., 2006. Pág. 167.

¹⁷ Ídem, Pág. 176

producción capitalista los encadena de tal modo en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece. Pero lo mismo que los dominados se han tomado la moral que les venía de los señores más en serio que estos últimos, así hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito”¹⁸

La Industria cultural convierte al arte en consumo y a los hombres en consumidores. El principio del sistema impone presentarle a los hombres todas sus necesidades como susceptibles de ser satisfechas por la Industria cultural, pero de otra parte, organizar con antelación esas mismas necesidades de tal forma que en ellas se experimente a sí mismo sólo como eterno consumidor, como objeto de la industria cultural.

Al convertir al arte en consumo y ligarlo a la diversión la industria cultural intenta conciliar los elementos irreconciliables de la cultura, arte y diversión. La industria de la cultura es industria de la diversión. El arte de masas centrado en la diversión adquiere su legitimidad de la mala conciencia social del arte serio. El arte burgués serio excluye a los pobres, aquellas personas para quienes la miseria y la opresión de la existencia convierten la seriedad en burla y que cuando tienen la oportunidad prefieren consumir algo divertido. Sin embargo la diversión es parte del engaño.

“La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío. Es buscada por quien quiere sustraerse al proceso de trabajo mecanizado para poder estar de nuevo a su altura, en condiciones de afrontarlo”¹⁹.

Del proceso de trabajo en la fábrica y en la oficina sólo es posible escapar adaptándose a él en el ocio. De este vicio adolece, incurablemente, toda diversión. El placer se petrifica en aburrimiento, pues para poder seguir siendo tal no debe costar esfuerzos y debe moverse estrictamente en los raíles de las asociaciones habituales. El espectador no debe necesitar de ningún pensamiento propio.

El engaño no reside en que la industria cultural sirva distracción, sino en que echa a perder el placer al quedar ligada, por su celo comercial a los clichés de la cultura que se liquida a sí misma. Lo que la industria cultural brinda es en realidad la anti-cultura. La liberación que promete la diversión es liberación del pensamiento en cuanto negación de lo dado, en cuanto dimensión crítica. Por ello

“...la afinidad originaria entre el negocio y la diversión aparece en el significado mismo de esta última: en la apología de la sociedad. Divertirse significa estar de acuerdo”²⁰

Arte, mercancía, y publicidad.

Adorno y Horkheimer vuelven una y otra vez en el texto sobre el carácter de mercancía del arte, no en el hecho que el arte sea mercancía, cosa que en un sentido lo fue siempre;

¹⁸ Ídem, Pág. 178.

¹⁹ Ídem, Pág. 181.

²⁰ Ídem, Pág.189. Habermas dirá *El discurso filosófico de la modernidad*: “Con sus análisis de la cultura de masas Horkheimer y Adorno tratan, en fin, de demostrar que el arte, fusionada con la diversión, ve paralizadas sus fuerzas innovadoras, queda vaciada de todos sus contenidos críticos y utópicos“. Habermas, J. *El discurso filosófico de la modernidad*, Taurus humanidades, Madrid, 1993, Pág.140

la novedad radica en que la industria cultural expresamente reniega de la autonomía del arte colocándose con orgullo entre los bienes de consumo.

La teoría de la autonomía del arte es otro producto de la modernidad occidental. Las obras de arte se presentaban como puras por el mismo hecho de negar ser mercancías, por el mero hecho de seguir una ley propia independiente de la del mercado. Para el arte serio burgués el éxito comercial era motivo de sospecha, la gran obra de arte escapaba a la lógica del mercado, en tanto su valor era independiente del que el mercado podía establecer. Todo el mito romántico del artista como genio incomprendido se apoya en esta autonomía.

Con la Industria cultural hay una modificación de la estructura económica interna de la obra “Lo que se podría denominar valor de uso en la recepción de los bienes culturales es sustituido por el valor de cambio; en lugar del goce se impone el participar y estar al corriente; en lugar de la competencia del conocedor, el aumento de prestigio”²¹

El valor de uso del arte, entendido como la experiencia de fruición estética por la cual un individuo se apropia de una obra, es ahora su valor de cambio. De este modo la valoración social se confunde con el valor objetivo de la obra. Lo relevante no es en la industria cultural la experiencia subjetiva del individuo con la obra de arte sino la estandarización de la experiencia. La clave no estará en el goce estético que la obra produce sino en tener la experiencia que todos tienen, ver la película que todos ven, leer la novela que todos leen.

A pesar de la pretensión de autonomía del arte, las obras de arte siempre se compraron y vendieron, así que en el fondo fueron siempre mercancías, la diferencia con la Industria cultural no pasa solamente por la explicitación del carácter de mercancía del arte sino también por el abaratamiento de ese carácter.

A primera vista la posibilidad de que las masas accedan a productos culturales a precios baratos es necesariamente positivo, de este modo pueden tener acceso a ámbitos de la cultura que antiguamente les estaban vedados. Sin embargo esto, en las actuales condiciones sociales, sólo tiene la apariencia de aumento de democracia; como hemos visto en las secciones anteriores las experiencias que brinda la Industria cultural, si bien son baratas, no son experiencias culturales genuinas. Incluso Adorno y Horkheimer llegan a afirmar que el abaratamiento implica una falta de respeto. Si algo se pagaba caro por lo menos se respetaba. Hay que sumarle a la desaparición de la dimensión crítica también la desaparición del respeto.

La industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto de los que les promete. El carácter insatisfactorio del arte de masas lo asocia a la publicidad.

“Pero dado que su producto reduce continuamente el placer que promete como mercancía a la pura y simple promesa, termina por coincidir con la publicidad misma, de la que tiene necesidad para compensar su propia incapacidad de procurar placer efectivo”²²

Cuando el capitalismo era, en verdad, una sociedad competitiva la publicidad tenía una función social clara: orientar al comprador en el mercado para que pudiera ahorrar tiempo al elegir el producto que necesitaba. En el actual estadio del capitalismo, la presencia de los monopolios significó el fin del libre mercado. La función social de la publicidad

²¹ Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Op. Cit., 2006. Pág. 203.

²² Ídem, Pág. 206.

también ha cambiado, en ella se atrincheró el dominio del sistema. La publicidad refuerza el vínculo que liga a los consumidores con los monopolios. Los que tienen el dinero para publicitar forman un círculo cerrado similar a los consejos económicos de los estados totalitarios que determinaba qué empresas pueden abrir y cuáles no.

La publicidad es hoy un principio negativo, un dispositivo de bloqueo: todo lo que no lleva su sello es económicamente sospechoso. A los productos que la publicidad ha vuelto famosos y los cuales ya han establecido su consumo en la sociedad, se los continúa publicitando no para promover la venta sino por el prestigio que la publicidad implica; lo importante es su presencia, subvencionando los medios de comunicación ideológicos.

“tanto técnica como económicamente, la publicidad y la industria cultural se funden la una en la otra. Tanto en la una como en la otra la misma cosa aparece en innumerables lugares, y la repetición mecánica del mismo producto cultural es ya la repetición del mismo motivo propagandístico. Tanto en una como en la otra la técnica se convierte, bajo el imperativo de la eficacia, en psicotécnica, en técnica de la manipulación de los hombres”²³

El objetivo de control social de la Industria cultural, su defensa del *status quo* queda evidenciado en todas las categorías trabajadas. La naturalidad como estilo del arte de masas, la explicitación del carácter de mercancías de sus productos, su uso de la diversión y de la publicidad.

En todo el texto de *Industria cultural. Ilustración como engaño de masas* se puede encontrar sólo una referencia a algo positivo en la cultura de masas y está en el arte corporal antes que no en el arte intelectual. El actor del circo, cuyo cuerpo totalmente objetivado prometía trascender el carácter de artículo de consumo del arte de masas llevando de algún modo la objetivación a su extremo, con lo cual descubría lo que se intentaba ocultar, la objetivación del hombre en la sociedad burguesa²⁴.

Conclusión

El diagnóstico al que arriban Adorno y Horkheimer en la *dialéctica de la ilustración* es lapidario. Una crítica dialéctica que tendría que haber presentado los aspectos positivos junto con los negativos da lugar a una interpretación pesimista del proyecto ilustrado. Tanto la civilización técnica como la Industria cultural del sistema capitalista se consideran consecuencias del espíritu de la ilustración y su concepto de razón. En ambas hay un dominio totalitario sobre la naturaleza y el hombre regido por el criterio del cálculo y la utilidad.

¿Qué pasa entonces con las ideas de justicia, libertad y solidaridad? ¿Qué hacemos con la dimensión crítica intelectual que utilizamos para criticar la Ilustración pero que procede de la propia tradición ilustrada?

El conflicto entre denuncia y revalorización de la Ilustración no es resuelto por la

²³ Ídem, Pág. 209.

²⁴ “La huella de algo mejor la conserva la industria cultural en los rasgos que la aproximan al circo, en el atrevimiento obstinado e insensato de los acróbatas y payasos, en la “defensa y justificación del arte corporal frente al espiritual” Pero los últimos refugios de este virtuosismo sin alma, que representa a lo humano frente al mecanismo social, son despiadadamente liquidados por una razón planificadora que obliga a todo a declararse significado y función para legitimarse. Ella hace desaparecer abajo lo que carece de sentido de forma tan radical como arriba el sentido de las obras de arte” Idem, pp. 187 y 188.

Dialéctica de la Ilustración. Parte del problema es el carácter de colaboración del texto. Los estudiosos suelen atribuir las críticas más extremas a Adorno, mientras que consideran que Horkheimer no abandonó nunca la creencia en el potencial liberador de la razón²⁵. Otra línea interpretativa la brinda Habermas, miembro de la segunda etapa de la Escuela de Frankfurt:

La teoría Crítica la desarrollaron los miembros del círculo que se formó en torno a Horkheimer, en un intento de dar razón de los desengaños políticos que representaron el fracaso de la revolución en Occidente, la evolución de la Rusia estalinista y la victoria del fascismo en Alemania; la Teoría Crítica se propuso explicar el fracaso de los pronósticos marxistas, sin romper, empero, con las intenciones del marxismo. Sobre este trasfondo resulta comprensible cómo en los aciagos años de la Segunda Guerra mundial pudo cuajar la impresión de que de la realidad habían huido las últimas chispas de la razón, dejando tras de sí una civilización empeñada en su propia destrucción.²⁶

Bibliografía

- Benjamin, Walter, “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica” en *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989
- Habermas, Jürgen. *El discurso filosófico de la modernidad*, taurus humanidades, Madrid, 1993
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2006.
- Jay, Martin, *La imaginación dialéctica*, Taurus, Buenos Aires 1984.
- Sanchez, Juan José, “Sentido y alcance de *Dialéctica de la Ilustración*” introducción en Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, *Dialéctica de la Ilustración*, Trotta, Madrid, 2006.
- Wiggershaus, Rolf. *La Escuela de Frankfurt*, FCE, Buenos Aires, 2010.

²⁵ De ahí la distinción que realiza entre razón instrumental y razón crítica.

²⁶ Habermas, Jürgen. *El discurso filosófico de la modernidad*. Op. Cit. Pág. 145.