

DIALÉCTICA DE LA ILUSTRACIÓN Y SUS APORTACIONES AL ESTUDIO DE LOS MEDIOS MASIVOS

Jenny Segoviano García¹

Resumen

Los medios masivos son objeto de reflexión de diferentes disciplinas entre ellas se encuentra la sociología y la filosofía. El libro *Dialéctica de la ilustración* de Horkheimer y Adorno es un clásico del pensamiento de la Teoría Crítica o Escuela de Frankfurt y en los estudios de Comunicación, el cual analiza desde la dialéctica negativa a los medios masivos. Dicho texto también es un parte aguas para el pensamiento crítico y para la mirada sociológica de los medios en los trabajos que le precedieron. Se afirma que los medios manipulan, enajenan y cosifican a los individuos, además de ser instrumentos de los dominadores, pero ¿qué tan cierto o falso es?, ¿cómo se llega a tal conclusión?, ¿qué tan probable o improbable es que ello suceda en la sociedad actual?, ¿qué tan vigentes o no son dichas afirmaciones? Son preguntas que el lector podrá responder con la información de los supuestos teóricos históricos y temporales que se presenta en el artículo.

Palabras clave

Dialéctica de la ilustración, Industrial cultural, Medios masivos

Abstract

The mass media are an object of reflection of different disciplines, such as sociology and the philosophy. Horkheimer and Adorno's book *Dialectics of Illustration* is a classic of the Critical Theory or Frankfurt's School and the studies of Communication and it analyzes the mass media from the negative dialectics. This book is also a cornerstone for the critical thought and for the sociological look of the mass media. It states that the media manipulate and they alienate the individuals, besides being instruments of the power, but is this true or false?, How does it come to this conclusion?, Is this likely or unlikely in our current society?, could these statements be valid nowadays? The reader will be able to answer this kind of questions with the information of the theoretical historical and temporary suppositions included in the article.

Keywords

Dialectics of the illustration, Cultural Industry, Mass Media

La comunicación es una disciplina en movimiento, constantemente se enriquece con las observaciones de algunas como la psicología, la política, la economía, la ciencia, la antropología, la sociología, la filosofía, entre otras, éstas han hecho importantes aportaciones al estudio de la comunicación y específicamente a los medios masivos. Sin embargo, deben mirarse con prudencia pues dichas reflexiones tienen historicidad, sus supuestos teóricos temporalidad y sus objetivos son propios de las disciplinas a las que pertenecen. Tal es el caso del libro *Dialéctica de la ilustración*, fragmentos filosóficos de Max Horkheimer² y Theodor Adorno,³ quienes desde su marco teórico particular: filosófico-sociológico realizaron reflexiones respecto a los medios de masivos como el cine, la radio y las revistas.

El presente artículo tiene como objetivo describir las reflexiones que el texto de *Dialéctica de la ilustración* provocó en el estudio de los medios masivos. Para lograrlo se tiene el siguiente orden: contexto histórico y temporal de los supuestos teóricos de la Teoría Crítica; síntesis del libro *Dialéctica de la ilustración* relacionada con los medios masivos; ubicación del texto en la obra de los autores; y tesis personal de la autora respecto al libro. A través de dicha información el lector tendrá los elementos necesarios para él mismo decida si tales reflexiones tiene o no vigencia en un contexto histórico como el que se vive el día de hoy.

Escuela de Frankfurt, Teoría Crítica, Institut für die Sozialforschung o Instituto de Investigación Social de Frankfurt cualquiera que sea la denominación es un pensamiento filosófico que influyó en la teoría sociológica desde la década de los 30 en adelante. El libro *Dialéctica de la Ilustración* es producto de la madurez teórica de dos de sus más activos representantes Horkheimer y Adorno miembros de la primera generación de la Teoría Crítica.⁴

Antes de presentar los supuestos teóricos del texto es pertinente mencionar algunos aspectos como la historicidad y la temporalidad de los supuestos teóricos. La sociedad alemana de los años 20' vivió una situación concreta:

1. El triunfo de la revolución bolchevique (1917), es decir, la primera revolución comunista que triunfó, convirtiéndose en una opción política, económica y social, que provocó un replanteamiento del pensamiento en la izquierda y revoluciones fallidas en aquel país.
2. La recién creada República de Weimar (1919-1933) que después de la Primera Guerra Mundial reorganizó al país en un Estado nacional, proporcionando cierto orden social pero también caos económico.
3. El ascenso de Hitler al poder y el recrudecimiento del antisemitismo.
4. Específicamente en Frankfurt surgieron foros culturales mantenidos por la burguesía con mentalidad abierta, se inauguró la Universidad, y dispusieron de medios masivos como periódicos liberales y una radiodifusora experimental, todo ello fue un excelente semillero para intelectuales como Horkheimer y Adorno.

Cabe mencionar que ellos fueron judíos por así decirlo *adaptados a la sociedad alemana*, sin embargo les tocó vivir circunstancias que marcaron sus pensamientos teóricos pesimistas de la modernidad. En definitiva fueron hombres preocupados por la situación social que les tocó vivir y a través de sus reflexiones buscaron explicaciones a la compleja realidad que se les presentó. Lo anterior se puede observar en las palabras de Horkheimer

Hacia el final de la década del veinte, y ciertamente al comenzar la década del treinta, estábamos convencidos de la probabilidad de una victoria nacionalsocialista, como también del hecho de que podría combatírsela sólo mediante acciones revolucionarias. No creíamos en aquel tiempo que fuera a producirse una guerra mundial. Pensamos que habría un levantamiento en nuestro país, y ésta fue la causa de que el marxismo cobrara una significación decisiva para nuestro pensamiento. (Jay, 1989, p. 10).

La anterior cita describe la preocupación y la participación activa de los intelectuales ante los fenómenos sociales de la época, además de la línea de investigación con la que iniciaría el Instituto de Investigación Social, es decir, la revisión de los fundamentos de la teoría marxista, sus limitaciones y sus alcances ante el presente y futuro capitalista de aquellos años.

Horkheimer y Adorno como intelectuales fueron conscientes del bagaje teórico del que dispusieron en ese momento como los aportes de Emmanuel Kant de la importancia del sujeto, la autonomía de la voluntad, la pugna entre razón y pasión; de Friedrich Hegel el reconocimiento del valor de la historia; las reflexiones de Wilhelm Dilthey sobre hermenéutica; Henri Bergson el tema del tiempo; Friedrich Wilhelm Nietzsche con la crítica a la cultura burguesa; Max Weber respecto a la racionalidad instrumental; Sigmund Freud con sus estudios del líbido, los mecanismos de defensa del yo, la sublimación, la represión, la neurosis; Michel Foucault con la hipótesis represiva; de Karl Marx temas como la problemática del trabajo, la idea de la praxis como teoría transformadora, la alienación, la hipostización, la reificación; Georg Lukács el concepto de cosificación, entre otros.

Con tal contexto social, económico, político y teórico los jóvenes intelectuales como Friedrich Pollock, Félix Weil y Horkheimer comenzaron la aventura de iniciar un Instituto de Investigación Social con los objetivos de revisar el marxismo, analizar los fenómenos sociales desde un marxismo mejorado y así explicar a la sociedad del presente y futuro de esos días. Para satisfacer tales ambiciosos objetivos necesitaron independencia económica, la cual obtuvieron por medio del padre de Weil, Hermann Weil un comerciante judío alemán a quien le presentaron el proyecto y con su agrado sostuvo al Instituto. Además buscaron el respaldo de la recién inaugurada Universidad de Frankfurt así el 22 de junio de 1924 fue inaugurado el Instituto de Investigación Social de Frankfurt.

En el Instituto se encontraron intelectuales de diferentes disciplinas como Leo Löwenthal filósofo, Erich Fromm psicólogo, Adorno filósofo y musicólogo, Herbert Marcuse filósofo y sociólogo, Pollock economista y sociólogo. Las temáticas generales a trabajar fueron: “a) el análisis económico de la fase posliberal del capitalismo, b) la investigación psico-sociológica de la integración social de los individuos, y c) el análisis teórico-cultural del funcionamiento de la cultura de masas” (Honneth, 1990, p. 452). En la última línea de investigación es donde se enmarca la reflexión del texto de Dialéctica de la ilustración que se presenta en este artículo.

En 1933 con el triunfo de los nazis el Instituto abiertamente marxista donde trabajaron judíos se vio en serios problemas por lo que sus miembros se exiliaron en diferentes países. Esto fue posible gracias a las invitaciones de amigos y a donación extra de la familia benefactora Weil,⁵ así pudo seguir manteniendo la independencia económica e intelectual. El historiador Martin Jay consideró que el hecho de compartir el exilio ayudó a generar el sentido de identidad de los pensadores de la Teoría Crítica, además “Es en realidad su trabajo, enraizado en la tradición central de la filosofía europea, abierta a las técnicas empíricas contemporáneas y dirigido a cuestiones sociales actuales lo que formó el núcleo de las realizaciones del Institut” (1989, p. 68)

El trabajo en el exilio fue complicado pues se tuvo que ajustar la investigación social con fundamento filosófico a la practicidad de las ciencias sociales americanas basadas en técnicas como entrevistas, encuestas y grupos de discusión, así como de la estadística; donde la pregunta no es cómo y por qué se relacionan los miembros de la sociedad con algún candidato político o líder de opinión, sino por qué la gente vota por tal candidato, cómo hacer para que vote por otro, por qué compra tal artículo, qué se necesita para que compre más, quién es el líder de opinión, cómo manipula a las masas, etc. Ejemplo de tal choque teórico-cultural es la experiencia de Adorno cuando en 1937 es invitado por Paul Lazarsfeld para realizar una investigación para conocer los efectos de la radio en la audiencia americana, la cual fue financiada por la Fundación Rockefeller. Joseph Picó relata que después de semanas de trabajo Adorno se negó a continuar pero antes de irse escribió una carta a Lazarsfeld donde le explicó su posición:

Fui de despacho en despacho hablando con todos los colegas oyendo palabras como ‘estudios del gusto y del desagrado’, ‘éxito o fracaso de un programa’, de lo cual yo entendía muy poco. Pero por lo que entendí estaban interesados en la recogida de datos que se suponían beneficiarían los planes del departamento en el campo de los medios de comunicación masiva, bien para la industria o para los departamentos de consulta cultural. Observé por primera vez ‘la investigación para la administración’ un tipo de ciencia totalmente desconocida para mí. (1998, p. 33).

Adorno se percató de que la Fundación Rockefeller pidió analizar a los radioescuchas desde el mercado de la radio predominante en Estados Unidos sin importar el análisis de los estímulos sociales y económicos de las personas para escuchar tal o cual estación ni sus consecuencias culturales y sociales. Para él la investigación debería llevar otro rumbo, por ejemplo:

Determinar en qué medida las reacciones subjetivas de las personas estudiadas son realmente tan espontáneas y directas como suponen los sujetos; y en qué medida están implicados no solamente los métodos de difusión y el poder de sugestión de los medios, sino también las implicaciones objetivo del material al que se enfrentan los oyentes. Y finalmente, se ha de determinar en qué medida juegan las estructuras sociales y la sociedad en su totalidad. (Picó, 1998, p. 33).

El enfrentarse a medir cuantitativamente el agrado de los radioescuchas a través de la mediación de una máquina que indicara el gusto o disgusto apretando un botón mientras se escucha una canción, le pareció poco adecuado para entender la experiencia social del radioescucha, es decir, se resistió a *medir la cultura*. En palabras de Adorno:

Mi propia posición en la controversia entre la sociología empírica y teórica, tan a menudo desfigurada en Europa, se puede resumir diciendo que las investigaciones empíricas no son solamente legítimas sino también esenciales, aún en el campo de los fenómenos culturales. Pero no les debe conferir autonomía o interpretarlas en clave universal, sino que deben acabar en conocimiento teórico. (Picó, 1998, p. 34).

Como es de esperarse la Fundación Rockefeller suspendió la investigación pues los resultados no fueron los esperados. Por lo anterior, se puede afirmar que el ajuste intelectual entre los teóricos de la Escuela de Frankfurt y los teóricos americanos no fue nada fácil. Sin embargo, a su regreso a Alemania llevaron consigo un bagaje que los enriqueció.

En las circunstancias históricas-temporales antes descritas es que se dan los supuestos teóricos que sostienen el texto de Dialéctica de la ilustración, cuyo objetivo es reflexionar

sobre las consecuencias de la ilustración en la sociedad moderna. De manera formal el texto está escrito de la siguiente manera:

- Prólogo que contiene las precauciones y aclaraciones pertinentes.
- Primer capítulo. Concepto de ilustración, donde se plantea los sustentos teóricos de la obra, es decir, la mitificación de la ilustración.
- Segundo y tercer capítulos. Excursos: Odiseo, o mito e ilustración; y Juliette, o ilustración y moral, son ejemplos de la mitificación a través de obras literarias.
- Cuarto capítulo. La industria cultura ilustración como engaño de masas, el cual es el interés del presente artículo. Este apartado es provocado por las investigaciones de Adorno y la aplicación de los conceptos teóricos planteados por parte de ambos autores.
- Quinto capítulo. Elementos del antisemitismo. Límites de la ilustración, el cual también es ejemplo de la dialéctica de la ilustración.
- Por último los Aforismos y Adiciones que muestran fragmentos de sus pensamientos.

Para los intereses de este artículo la síntesis se realizará de la siguiente manera: se enumeraran los supuestos teóricos de manera general y se ejemplificaran con detenimiento en la industria cultural y lo relacionado a los medios masivos, por eso cabe advertir al lector que la siguiente síntesis no es el resumen del texto completo pues se dejan fuera los excursos, el capítulo de los Elementos del antisemitismo y los aforismos.

Como se dijo anteriormente Horkheimer y Adorno estuvieron conscientes de los pensamientos teóricos que los precedieron por lo que en Dialéctica de la ilustración se percibe la influencia de Weber respecto el diagnóstico de la modernidad que realizó como un proceso irreversible de racionalización en todas las esferas de la vida social, en donde la razón se instrumentaliza, pero los autores llevan más allá la tesis de que la razón instrumental produce pérdida de sentido y libertad, pues para ellos la razón cosifica, es imparabile y también afecta a la esfera subjetiva. Este concepto de cosificación se rescató de la obra de Luckács, pero lo radicalizan y lo aplicaron a la industria cultural.

Los supuestos teóricos son:

1. La ilustración se ha mitificado. La ilustración tuvo como objetivo liberar al individuo del miedo y constituirlo como “señor” al entender a la naturaleza, pero esto se desvirtuó y se pervirtió a tal grado que el descubrimiento de datos para ayudar a la vida de los individuos se sustituyeron por fórmulas, reglas, probabilidad, números, provocando un desencantamiento del mundo “El mito quería narrar, nombrar, contar el origen: y con ello, por lo tanto, representar, fijar, explicar” (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 61).

2. La ilustración desde sus orígenes se autoconstruye como dominio de la naturaleza, pero se autodestruye porque ésta en su lógica se termina volviendo contra el individuo dominante reduciendo su naturaleza interior y su yo a una parte del dominio. Así se da la emancipación de la persona dominada por la naturaleza. Entonces, la ilustración da luz a una razón instrumental, identificadora y cosificadora. La naturaleza es dominada a través de un proceso de racionalización del individuo, lo cual de manera simultánea crea un proceso de enajenación y cosificación.

3. El mundo de las dominaciones se da en varias direcciones: la dominación del individuo hacia la naturaleza y hacia otros; y la dominación de la naturaleza hacia los individuos. Lo anterior es la base para las explicaciones de las relaciones sociales.

4. Por racionalidad entendieron:

La instancia del pensamiento calculador que organiza el mundo para los fines de la autoconservación y no conoce otra función que no sea la de convertir el objeto, de mero material sensible, en material de dominio. La verdadera naturaleza del esquematismo que hace concordar desde afuera lo universal y lo particular, el concepto y el caso singular, se revela finalmente en la ciencia actual como el interés de la sociedad industrial. El ser contemplado bajo el aspecto de la elaboración y la administración. Todo se convierte bajo el esquema repetible y sustituible, en mero ejemplo por los modelos conceptuales del sistema (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 131).

5. Los individuos viven en un mundo administrado por las esferas dominantes, donde el pensamiento degenera en mercancía y el lenguaje coopera con tal objetivo, pues éste expresa la contradicción de que una cosa sea ella misma y a la vez otra distinta de lo que es, idéntica y no idéntica. Mediante la divinidad del lenguaje se convierte de tautología en lenguaje. El concepto, que suele ser definido como unidad característica de los que bajo él se halla comprendido, fue, en cambio, desde el principio el producto del pensamiento dialéctico, en el que cada cosa sólo es lo que en la medida se convierte en aquello que no es. (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 70).

6. El aumento de la productividad económica tiene consecuencias paradójicas: por un lado crea condiciones para un mundo más justo; por otro los grupos sociales que disponen de dicha productividad tienen superioridad sobre el resto de la población. Así el individuo es anulado por completo frente a los poderes económicos. Al mismo tiempo, éstos elevan el dominio de la sociedad sobre la naturaleza a un nivel hasta ahora insospechado. Mientras el individuo desaparece frente al aparato al que sirve, éste le provee mejor que nunca. (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 54).

7. El individuo es igualado, se le da un sí mismo como suyo propio que se distingue del resto para que a largo plazo sea igual al de todos. “La unidad del colectivo manipulado consiste en la negación de cada individuo singular; es un sarcasmo para la sociedad que podría convertirlo realmente en individuo” (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 68). Para lograr tal igualación se vale de la repetición.

Esos son los supuestos teóricos que sostienen la reflexión de Horkheimer y Adorno sobre la industrial cultural. Cabe hacer dos aclaraciones:

1. Cuando en el Instituto se delimitó la línea de investigación sobre el análisis teórico-cultural del funcionamiento de la cultura de masas Horkheimer “Había asignado al análisis de la cultura una tarea... investigar empíricamente aquellas ‘costumbres sociales’ y ‘estilos de vida’ en que se expresa la praxis comunicativa cotidiana de los grupos sociales” (Honnet, 1990, p. 454). Una de las formas de comunicación cotidiana de las personas se

da a través de los medios masivos, es decir, el tipo de programas de radio escuchados, así como revistas y periódicos leídos describen el estilo de vida de la sociedad y con ello su cultura. Los medios masivos son entendidos como “aparatos culturales que median entre las exigencias sociales conductuales externas y la psique del individuo, que se había convertido en un objeto manipulable.” (Honneth, 1990, p. 457). Entonces las preguntas a resolver son: ¿cómo se relacionan los individuos con los medios masivos?, ¿cómo se relacionan la sociedad y los medios masivos?, ¿cómo se muestra a los individuos el mundo cultural?, ¿cómo se realizan tales procesos?, ¿qué problemáticas plantean? y ¿qué consecuencias tienen?

2. La radio, el cine, las revistas son un sistema que está inmerso en la reproductibilidad técnica. Para aquellos años la tecnología había avanzado a tal grado que la producción y reproducción de los medios a bajos costos fue posible, lo que implicó expandir los públicos y lograr así una masificación que permitiría bajar aún más los costos y elevar así los beneficios. Cuestión que en Estados Unidos, Harold D. Lasswell, Robert K. Merton, Paul Lazarsfeld estudiaron con el objetivo de medir cuantitativamente la audiencia, la cual presupusieron como una masa amorfa en la que se puede influir, manipular y moldear.

La sociología funcionalista consideraba los medios de comunicación, nuevos instrumentos de la democracia moderna, como mecanismos decisivos de la regulación de la sociedad y, en este contexto, no podía sino defender una teoría acorde con la reproducción de los valores del sistema social, del estado de cosas existente. (Mattelart y Mattelart, 2005, p. 55).

Las investigaciones en comunicación fueron patrocinadas por el gobierno con fines políticos o por empresas privadas con fines económicos. En esos trabajos se aplicaron y perfeccionaron diversas técnicas de recolección de información como entrevistas, encuestas, grupos de discusión; así mismo se ayudaron de la aplicación la estadística como una herramienta de análisis y de aparatos tecnológicos como analizadores de programas, máquinas de perfiles, entre otros. Ejemplo de ello, fue la experiencia de Adorno con el estudio de los radioescuchas que se describió páginas anteriores. La sistematización,

funcionalidad y reconocimiento de las investigaciones fue tal que incluso llegaron a postular las funciones de los medios de comunicación en la sociedad.- a) Vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes componentes; b) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; c) la transmisión de la herencia cultura... d) el entretenimiento (Mattelart y Mattelart 2005, p. 35).

Como es de esperarse los pensadores de la Teoría Crítica al llegar a Estados Unidos y encontrarse con este tipo de conceptualización de los medios masivos, tomaron una postura diferente y realizaron otro tipo de reflexiones. Se puede decir que se abrieron dos líneas de investigación: la americana con un carácter práctico y la europea con una visión teórica-crítica.

Hechas las aclaraciones en Dialéctica de la ilustración la industria cultura manipula, enajena, cosifica a los individuos a través de la igualación, la repetición y la imitación. Los medios masivos como aparatos tecnológicos son instrumentos de dominación y del aparato económico ambos convierten los valores sociales en mercancías, los cuales influyen en el comportamiento de las personas.

A través de las innumerables agencias de la producción de masas y de su cultura se inculca a los individuos los modos normativos de conducta, presentándolos como los únicos naturales, decentes y razonables. El individuo queda ya determinado sólo como cosa, como elementos estadísticos, como éxito o fracaso. Su norma es la autoconservación, la acomodación lograda o no a la objetividad de su función y a los modelos que le son fijados. (Horkheimer y Adorno, 2009, p, 82).

Los productos culturales sirven para clasificar, organizar y manipular a los consumidores, por eso existe una gran cantidad de oferta de productos “Para todos hay algo prevista, a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son acuñadas y propagadas artificialmente” (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 168) Cada individuo tiene la libertad de elegir entre la película a, b y c, uno u otro programa de radio, pero únicamente tiene esas opciones, en

aparición su selección puede ser *espontánea* sin embargo ésta depende del nivel de clasificación en el que se encuentre. Así surge el esquematismo que construye clichés para ser utilizados en todo momento y poder asignar un lugar a la persona dentro del esquema. Este es el proceso de manipulación a través de la igualación, seriación o estandarización que provocan los medios, es decir, que todos compren el mismo refresco, que usen la misma marca de detergente, de pasta de dientes, o peor aún que compren el mismo papel higiénico pero diferente. La gran oferta de productos y servicios de los medios son parte del proceso de cosificación, donde las masas son reducidas a objetos de la administración dominante.

Para Horkheimer y Adorno el acento de la industria cultural está en: por un lado los efectos y los logros alcanzados; por otro en los detalles técnicos que contienen las ideas. Por ejemplo, en el cine se comenta lo siguientes “Cuando más completa e integralmente las técnicas cinematográficas dupliquen los objetos empíricos, tanto más fácil se logra hoy la ilusión de creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se conoce como cine.” (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 171). Los medios en el manejo de su lenguaje provocan una tensión entre los mensajes y la vida cotidiana de los espectadores. El lenguaje de los medios masivos es la palabra, la imagen, la fotografía, el audio todo eso que bajo su propia sintaxis envuelve a los consumidores para convertirlos en mercancías.

La producción capitalista los encadena de tal modo cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece... así hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito. Las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 178)

Pero la pregunta es: ¿por qué o cómo es que los consumidores se dejan seducir de tal manera? Por las técnicas de la belleza y la novedad que imponen diferentes estereotipos. Por ejemplo, las películas cuentan la misma historia del héroe-antihéroe-victima pero con diferentes actores, escenarios, calidades de imágenes, audios, música, incluso hasta temáticas. La industria se vale de los avances tecnológicos para tener siempre la pasividad

de los espectadores y poder mostrarles los estereotipos a seguir como la maldad, la bondad, la obediencia, votar por tal candidato, comprar tales productos. El lenguaje de los medios llega a ser tan elaborado que se vuelve mágico. Entonces el punto de seducción está en el lenguaje, el cual con la repetición y la rapidez de los mensajes impregnados de los esquemas de la industria cultura cosifica al individuo. Incluso la relación social entre los productos industriales y los consumidores es tal que les exige el desarrollo de capacidades para dar seguimiento a los rápidos e infinitos mensajes, es decir, cuando se mira una película se debe saber los nombres de los actores, en qué películas han trabajado, con que otros, han ganado algún premio y simultáneamente disfrutar la imagen, mirar los efectos especiales, revisar el vestuario, determinar si está a la moda o no, entender del diálogo, escuchar la música de fondo, comer palomitas, tomar refresco, comentar con el acompañante algún detalle, hacerse de una opinión sobre el gusto o no de la pieza, descubrir los valores y estereotipos presentados, pensar sobre las consecuencias económicas y sociales de estar en esa proyección y no en otra, etc., etc. Tales técnicas, así como habilidades imposibilitan simultáneamente la capacidad de pensar del individuo, así se vuelven pasivos y de manera alegre reciben los estereotipos que la industria tiene planeada para ellos, pues les es más fácil.

Esta industria se autoreconoce como la industria de la diversión, se propone como el escape del trabajo en el capitalismo, pero en esta tentadora oferta hay trampas pues se niega la posibilidad de pensar del espectador ya que todo está esquematizado y listo para ser consumido cómodamente. Así los individuos no pueden hacer otra cosa que aceptar y adaptarse a la industria cultural, no se pueden resistir a los productos que les son ofrecidos de manera tan seductora. Al ligar el placer con los clichés la industria engaña a las masas.

La diversión y el negocio tienen el mismo significado, para los Horkheimer y Adorno divertirse es estar de acuerdo

Es posible sólo en cuanto se aísla y separa de la totalidad del proceso social, en cuanto se hace estúpida y renuncia absurdamente desde el principio a la pretensión ineludible de toda obra, incluso de la más insignificante, de reflejar, en su propia limitación, el todo... La

liberación que promete la diversión es liberación del pensamiento en cuanto negación. (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 189).

Para la industria los individuos son consumidores o productores, la humanidad se ha reducido a lo general, así su situación se vuelve precaria pues su consumo particular es predeterminado por las esferas dominantes dentro de esquemas generales sin posibilidad de pensar, elegir, resistir, es decir, sin libertad.

Para Horkheimer y Adorno la salida al problema de las masas engañadas es el arte, pero éste también ha sido alcanzado por la industria cultural y el sistema de dominación, convirtiéndolo en mercancía, un producto más para ser vendido. El arte al adquirir valor de uso se transforma en fetiche. Incluso de manera radical afirman que se ha convertido en publicidad

Tanto la 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 la 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. (Horkheimer y Adorno, 2009, pp. 208-209).

Así, los productos de los medios masivos no son arte, respecto éste punto Horkheimer pero sobre todo Adorno y Benjamín realizan importantes reflexiones, para el presente artículo basta con decir que se distinguió entre obra de arte y obra de entretenimiento.

Si el panorama es tan gris, desalentador y desencantado ¿por qué el consumidor del medio masivo sigue leyendo el periódico, las revistas, escuchando la radio? Porque les han hecho una promesa: la felicidad. En la narrativa de los medios se muestran múltiples historias que llevan al camino de la felicidad, por ejemplo en las radionovelas el rico y el pobre se enamoran y a pesar de todas las personas y circunstancias que están en su contra llegan a la felicidad; en los concursos la posibilidad de volverse rico gracias a un poder o habilidad especial o por el simple azar; en la publicidad también se muestran historias de éxito, la

experiencia de comprarse el mejor carro, el mejor lugar para ir de vacaciones, el mejor vestido, el estatus social que esos artículos ofrecen, etc.; en los noticieros las historias son poco diferentes pero al final la búsqueda de la verdad lleva a la felicidad, el ladrón o político que actúa mal y al final es encarcelado para ser juzgado, el mal clima que destruye pero se muestran a los sobrevivientes agradecidos de salvarse, etc. “En su estudio sobre todo los programas musicales en la radio, Adorno criticaba el rango de la música, relegada a la condición de aderezo de la vida cotidiana, y denunciaba lo que llama *felicidad fraudulenta del arte afirmativo*” (Mattelart y Mattelart, 2005, p. 57).

Existe la posibilidad de que algunos espectadores se resistan a la manipulación o a la felicidad propuesta, pero estos intentos son en vano porque la misma industria se encarga de volverlos al redil, por ejemplo, los individuos que se quejan por la falta de programas con contenido cultural o análisis político, pues ¡listo! tienen revistas con el tema, programas de radio, etc. La industria como organización tiene una planeación, dirección y control para ofertar programaciones que contemplan todo tipo de expectativas:

La industria cultural tiende a presentarse como un conjunto de proposiciones protocolarias y así justamente como profeta irrefutable de los existentes... La industria es capaz de rechazar tanto las objeciones contra ella misma como las dirigidas contra el mundo que ella duplica intencionalmente. (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 192).

Así que no hay forma de escapar de los medios ni de su discurso dominante. En dicho discurso se da un intercambio entre los espectadores y la industrial: la pasividad a cambio de la felicidad que un vestido nuevo puede dar.

Los dominadores depositan su confianza en que los medios hacen de los espectadores mercancías, incluso los medios mismos son mercancías que se someten a las leyes del mercado. Éstos son instrumentos de cohesión social que garantiza la reproducción de patrones culturales dominantes en las sociedades.

En conclusión Horkheimer y Adorno en *Dialéctica de la ilustración* para su presente denuncian con fervor el trabajo de los medios masivos en los individuos y sus relaciones

con la sociedad, afirman que enajenan con la repetición de los mensajes, la igualación de los productos, manipulan los estilos de vida con el lenguaje y las técnicas, reifican las estructuras dominantes, engañan proponiendo una felicidad falsa y provocan estandarización con fines de rentabilidad económica y control social. Desde la dialéctica negativa el futuro en este aspecto es desalentador.

Siguiendo con el orden de la presentación de Dialéctica de la ilustración se presentará la importancia del texto en la obra de los autores.

Estado autoritario, así como Razón y autoconservación son artículos que Horkheimer y Adorno escribieron y que marcaron el inicio de las reflexiones que se consolidaron en Dialéctica de la ilustración, dichos artículos comparten las siguientes tesis: la importancia de la política sobre la economía; el cierre de la historia a la salida de la barbarie; la historia como catástrofe; la crítica a la razón burguesa como configurada en sus orígenes; la autoconservación y el dominio que liquidan al individuo que se pretende conservar; y una filosofía negativa.

El libro Dialéctica de la ilustración tiene una larga historia fue escrito en 1944 (únicamente circularon 500 copias) y veinticinco años después en 1969 se realizó la publicación final que se puede leer hoy en día, lo anterior fue porque los autores mostraron fuertes resistencias para la difusión masiva del texto debido a las posibles consecuencias de sus malas interpretaciones, esto en dos sentidos: por un lado políticas y económicas para el Instituto; y por otro, sociales pues en la década de los 60 algunos textos de Horkheimer publicados en la revista del Instituto llegaron a manos de los estudiantes y de manera indirecta se convirtieron en inspiración de movimientos estudiantiles radicales. Por eso en el prólogo de la publicación de 1969 Horkheimer expuso las precauciones y aclaraciones que el lector debe considerar, así mismo realizaron correcciones relacionadas con los conceptos de: capitalismo, monopolio, totalitarismo, fascismo, sustituyeron el lenguaje marxista empelado por una terminología sociológica, económica y moral neutra. Por lo anterior se puede ver el cuidado, compromiso y responsabilidad que los autores tuvieron con el libro.

Respecto a la publicación del texto se pueden resaltar dos aspectos por un lado, se ha traducido a diferentes idiomas como inglés, italiano, español, entre otros; por otro, en habla hispana cuenta con nueve ediciones, siendo la última en el año 2009, ¿qué quiere decir el hecho de que un texto de 1944 tenga una novena edición en el año 2009?

Dialéctica de la ilustración es uno de los textos más importantes de los autores y de la Teoría Crítica por varias razones:

1. Marcó una ruptura en el pensamiento epistemológico de Horkheimer y Adorno, y como Horkheimer fue el director del Instituto y el líder moral de la primera generación de la Teoría Crítica se puede afirmar que marcó la ruptura en dicha corriente de pensamiento. En la introducción de Dialéctica de la ilustración hecha por Juan José Sánchez citó a H. Dubiel quien afirma:

Este libro... marca tanto el más elevado nivel de desarrollo de la Teoría Crítica de la Sociedad, que determina toda la historia posterior de su influjo, como también, en cierto sentido, su final. Su más elevado nivel de desarrollo, en cuanto que muchos viejos motivos de la Teoría Crítica de la Sociedad se vuelven transparentes sólo retrospectivamente, a la luz de esta obra. Y su final, en la medida en que el núcleo filosófico de la Teoría se hace aquí preponderante que su cáscara científico-social se disuelve. La Teoría Crítica de la Sociedad se convierte en una Filosofía de la Historia. (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 18)

2. Influyó a la mayoría de los integrantes del Instituto de Investigación Social que le procedieron, por ejemplo a Marcuse en sus obras Eros y civilización, así como en El hombre unidimensional donde se muestran algunas de las consecuencias más radicales de la crítica hecha a la ilustración; específicamente en último texto mencionado se afirma que el discurso de los medios masivos utilizan un lenguaje unidimensional que ha reducido el discurso y pensamiento del hombre a una dimensión única donde la cosa, la función, la realidad, la apariencia, la esencia, la existencia concuerdan, todo ello a través de la racionalidad instrumental. Otra influencia es la realizada en Jünger Habermas pues éste al no considerar viable la autosuperación de la razón entendida como la reflexión de la

ilustración sobre sí misma propone el paradigma de la razón comunicativa, donde la razón de dominio es sustituida por la razón del argumento.

3. Para los estudios de Comunicación, en *Dialéctica de la ilustración* se encuentra uno de los primeros textos que dedica un capítulo entero a la reflexión específica de la industria cultural y los medios de masivos, esto no quiere decir que otros pensamientos teóricos y/o autores no hayan opinado sobre los medios, pero en este libro el trabajo se hace más explícito y con fundamentos filosóficos-sociológicos contundentes. Además, lo dicho sobre los medios y la terminología empleada para describir su función en la sociedad moderna tuvo gran influencia en los posteriores estudios de comunicación como en los realizados por Habermas, Niklas Luhmann, Raymond Williams, Stuart Hall, entre otros. Incluso hoy en día se puede escuchar hablar de medios masivos, manipulación, enajenación, engaño, etc. Y lo más importante, se provoca el estudio de las consecuencias económica, política, social y cultural de los medios.

Dialéctica de la ilustración es un texto escrito por dos autores, quienes aunque coinciden tienen algunas diferencias teóricas, las cuales vale la pena mencionar:

En la obra de Horkheimer se puede mirar que sus objetivos son hacer una revisión histórica de la razón desde la filosofía teórica-práctica. Su producción intelectual comenzó en la década de los 30, desde ahí marcó su tendencia a la dialéctica hegeliana de la historia, pero en la perspectiva crítico-materialista de Marx. En 1931 se vuelve director del Instituto de Investigación Social donde implementó su visión y su madurez teórica que se muestra en textos *Crítica a la razón instrumental*⁶ y *Dialéctica de la ilustración*. Por otro lado Adorno tiene visiones y posturas diferentes a las de Horkheimer para Adorno la idea es preservar la filosofía pues ésta encierra una verdad que se escapa a las ciencias, su posición está más cerca a la teología.⁷ Otra diferencia está en el concepto de razón por un lado Horkheimer mantuvo la dialéctica del concepto de razón y por otro Adorno identifica la enfermedad de la razón con la razón misma. Estas diferencias quizá fueron las razones por las que las colaboraciones entre ellos fueron pocas y que después de *Dialéctica de la ilustración* cada uno siguió sus caminos e incluso probablemente influyó para que este texto quedara como

fragmentos filosóficos planteando únicamente líneas de investigación, cabe mencionar que al terminar el capítulo cuarto de Industria cultural, ilustración como engaño de masas donde se reflexiona sobre los medios masivos se tiene una nota que dice “continuará” lo cual no se realizó.

En sus pensamientos cada uno esbozó salidas a la crisis de la ilustración planteada en Dialéctica de la ilustración: Horkheimer propuso una autoreflexión o autocrítica de la razón, mientras Adorno radicalizó más su crítica al pensamiento discursivo y su salida es la autosuperación de la razón a través de la razón misma pues para él existe otra fuente de conocimiento independiente de la razón: la genuina experiencia estética del arte moderno, esto gracias a su influencia teológica se puede decir “De ahí su idea de iluminación *transcendente* del conocimiento como vía de acceso a la verdad. En cualquier caso, se da en él una clara tendencia a la autosuperación *transdiscursiva* de la razón que no hallamos en Horkheimer” (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 34). Sin embargo ni una ni otra salida constituyó un proyecto histórico de autosuperación de la razón.

El excelso diálogo entre ambos pensamientos provocó que el texto Dialéctica de la ilustración se convirtiera en un clásico. Jeffrey Alexander afirma “los clásicos son productos de la investigación a los que se les concede un rango privilegiado frente a las investigaciones contemporánea del mismo campo.” (1990, p. 23). La aportación de los clásicos va más allá de un estado del arte, permite la ubicación de la problemática de estudio en términos históricos y sistemáticos.

Hasta aquí el lector cuenta con elementos para responder a la pregunta: ¿qué vigencia tienen los postulados sobre los medios masivos propuestos en Dialéctica de la ilustración en la sociedad actual? Vale la pena hacer algunos comentarios y dejar abiertas algunas preguntas:

1. Se reconoce que gracias Horkheimer y Adorno, se da importancia al estudio de los medios masivos, pues se reflexionó sobre su función que tienen las sociedades modernas. Por así decirlo mostró a los medios como dignos objeto de estudio.

2. Para Horkheimer y Adorno los medios masivos son instrumentos de dominación y control social, ¿cierto o falso?, ¿posible o imposible? Pero más allá de afirmar o negar o tomar alguna posición al respecto la ganancia teórica está en que gracias a dichas afirmaciones se desató la reflexión de la función social de los medios masivos en las sociedades.

3. En Dialéctica de la ilustración se señalan aspectos negativos de los medios masivos, como que enajenan, manipulan y cosifican al individuo a través de los estereotipos ofrecidos, pero ¿los medios tienen tal capacidad? A caso no se estará sobre valorando sus acciones, quizá esto se puede pensar en dos sentidos:

a) Gracias a la tecnología (de la cual dependen tal como lo señalan Horkheimer y Adorno) los medios son las únicas organizaciones sociales que tiene la capacidad de llegar a muchas personas, es decir, las universidades, los tribunales de justicia, los partidos políticos, entre otras por sí mismos no pueden difundir sus decisiones, acciones y relaciones a gran cantidad de personas, sus comunicaciones se limitan a los miembros o personas presentes. ¿Es esto una ventaja o desventaja?, ¿se puede mirar negativamente o positivamente, como una característica propia de los medios masivos?

b) ¿Dónde dejan la capacidad de selección de los individuos? Si bien se afirma que los medios inhiben todo pensamiento pues éste les es dado esquematizado, ¿pero qué tan reducida o no queda la capacidad de decisiones de las personas, aunque éstas sean limitadas entre producto a, b, c? Se debe recordar que la teoría de la aguja hipodérmica⁸ fue superada, pues los espectadores tienen capacidad de decisión y están sometidos a diferentes mensajes sociales y no solamente a los difundidos por los medios masivos ¿quizá es una cuestión de complejizar y mirar las acciones de los individuos desde los contextos sociales?

c) Se relaciona con el punto anterior pero desde lo social: las sociedades modernas son complejas y están compuestas de diferentes sistemas tales como el derecho, la educación, la política, la economía, la ciencia, siendo los medios uno de varios sistemas sociales, así que las acciones de los individuos de votar por un candidato y no por otro, de comprar un

televisor y no otro, de ejercer la violencia en su familia o no, de vestirse con tal o cual prenda no es sostenida únicamente por los medios de masivos.

Entonces vale preguntarse ¿cuáles y cómo son las relaciones sociales entre los medios y los individuos?, ¿qué acuerdos y desacuerdos tienen?, ¿cuáles y cómo son las relaciones entre los medios masivos y la sociedad?, ¿qué problemáticas plantean ambas relaciones? , entre otras cuestiones.

4. Adorno y Horkheimer dejaron de lado la capacidad de autocrítica que puede tener el sistema de medios en cierto momentos y circunstancias. Por un lado los medios se han organizado ellos mismos, ejemplo son las más de 50 organizaciones no gubernamentales de los medios con las que se cuentan en México, según el registro de la Secretaría de Gobernación, en la mayoría de ellas hay lineamientos de autoregulación relacionados con la sociedad. Por otro, dentro de los mismos medios como Televisa, Tv Azteca, El Universal, La Jornada, Radio Universidad, Reactor, Cosmopolitan, Tv Notas, entre otros se cuenta con comités de ética o líneas editoriales que establecen compromisos sociales. Ejemplo de los puntos anteriores son las campañas sociales que realizan o el papel que toman en momentos de crisis sociales tales como la difusión de mensajes para evitar una posible epidemia como lo sucedido en México en el mes de abril del 2009 por latente propagación del virus de la influenza H1N1. Claro que valen los cuestionamientos ¿cierta o falsa es la autorregulación?, ¿probable o improbable?, ¿qué tanto y cómo se cumple o no la autorregulación?, ¿qué tanto compromiso social tienen los medios?, ¿cómo lo realizan?, ¿qué se deja fuera de dicha autorregulación?, etc.

5. Otro punto que los autores de Dialéctica de la ilustración dejan fuera es que los medios debido a la capacidad masificadora tiene la capacidad de proponer temas a la opinión pública que de alguna otra manera no sería posible. Pero ¿cómo es esa selección de temas?, ¿qué criterios utilizan?, ¿qué implicaciones sociales tienen?

En conclusión se puede aceptar la tesis de que los medios masivos manipulan, enajenan y cosifican a los individuos a través de las técnicas y estereotipos de dominación tal como lo

indicaron Horkheimer y Adorno, pero siguiendo una lógica dialéctica es la posibilidad de la imposibilidad.

Se reconoce que aún siguen vigentes algunas de las descripciones realizadas de los medios masivos en la sociedad, tales como: la repetición; ofrecimiento de la novedad constante; la utilización de las técnicas de seducción cada vez más elaboradas y creativas; la relación de los medios y los avances tecnológicos; y los medios como negocios.

Por último, dos preguntas para el tintero del lector: las afirmaciones de Horkheimer y Adorno en *Dialéctica de la ilustración* sobre los medios masivos ¿puede mostrar las formas de dominación de una sociedad en el momento histórico que les tocó vivir?, ¿se puede conocer una sociedad a través de sus medios en circunstancias determinadas?, entonces ¿cuál es la función social de los medios masivos?

Bibliografía

Alexander, J. (1990) La centralidad de los clásicos. En Giddens, A. y Turner, J.(Eds.), *La teoría social, hoy* (pp. 22-80). Madrid: Alianza Editorial.

Honneth, A. (1990) Teoría Crítica. En Giddens, A. y Turner, J. *La teoría social, hoy*. (pp. 445-488). Madrid: Alianza Editorial.

Horkheimer, M. y Adorno, T. (2009) *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.

Jay, M. (1989) *La imaginación dialéctica. Un historia de la Escuela de Frankfurt*. Madrid: Taurus.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (2005) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Picó, J. (1998) Teoría y empiría en el análisis sociológico: Paul F. Lazarsfeld y sus críticos. *Revista Papers*, (54), pp. 9-48.

Wolf, M. (1999) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectiva*. Ciudad de México: Paidós.

¹ Profesora de la Universidad del Noreste, Tampico, Tamaulipas y estudiante del doctorado en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, Ciudad de México. segovianoja@yahoo.com.mx

² Horkheimer (1895-1973), filósofo y sociólogo alemán judío alemán. Participó en la Primera Guerra Mundial, leyó a Schopenhauer, Hegel, Nietzsche y Freud. Se interesó por la filosofía marxista y la psicología. Fue director del Instituto de Investigación Social. Durante el nazismo se exilió en Estados Unidos donde trasladó el Instituto y se realizaron trabajos con visión crítico-sociológica con base filosófica de la cultura norteamericana; después regresó a Alemania.

³ Adorno, (1903-69) filósofo, sociólogo y musicólogo alemán, judío. En el nazismo se exilió en diferentes países hasta llegar a EU, donde investigó los medios masivos, lo que influyó a su regreso a Alemania, pues reflexionó sobre todo ellos. Fue amigo de: Sigfried Kracauer con quien leyó *Crítica de la razón pura* de Kant; Walter Benjamín, quien lo estimuló e influyó en su obra sobre todo arte y la música; y Max Horkheimer con quien compartió pensamientos teóricos.

⁴ Actualmente se puede afirmar que la tal teoría tiene varias generaciones: la primera representada por Horkheimer, Adorno, Benjamín, Marcuse, entre otros; la segunda por Habermas, Offe, Negt, Wellmer, Schmidt; la tercera por Honneth, etc.

⁵ “Una contribución adicional de 100,000 dólares, hecha por Felix Weil cuando se reincorporó al Institut en Nueva York en 1935” (Jay, 1989, p. 67)

⁶ En Crítica a la razón instrumental Horkheimer hizo la distinción entre razón objetiva o autónoma y razón subjetiva o instrumental “Con base en esta distinción podía ahora denunciar el proceso moderno de racionalización como el proceso de la progresiva formalización e instrumentalización, y consiguiente liquidación de la razón, sin caer en la aporía de la *autodestrucción de la razón*” (Horkheimer y Adorno, 2009, p. 29).

⁷ Adorno tiene una gran producción teórica uno de sus obras destacadas es Dialéctica negativa donde pone su sello personal y su intento por superar la dialéctica hegeliana.

⁸ En 1927 Harold D. Lasswell con base en su experiencia en la Primera Guerra Mundial publicó un libro llamado Propaganda y técnicas en el mundo de la guerra, donde sostuvo que la propaganda difundida en los medios de masivos es la forma más fácil, de menor costo económico y menos violento de adherir a las masas. Los medios fueron vistos como medios de circulación de símbolos eficaces, pues “cada miembro del público de masas es personal y directamente atacada por el mensaje” (Wolf, 1991, p. 22). La teoría de la aguja hipodérmica se basa en la teoría del conductismo de estímulo-respuesta. “La cualidad de hombre-masa, resultado de la desintegración de las élites... la masa arrasa todo lo que es diferente, singular, individual, cualificado y seleccionado... la masa es una formación nueva, que no se basa en la personalidad de sus miembros, sino sólo en aquellas partes que unifican a cada uno con todos los demás.” (Wolf, 1999, pp. 24-25) Cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las órdenes y sugerencias dadas por los medios masivos, todo depende del contexto en el que recibe el mensaje y la experiencia de los sujetos. Al vislumbrarse la Segunda Guerra Mundial Lasswell trabajó el análisis político, la propaganda, la opinión pública, asuntos públicos y electorales.