

## **CUANDO VENDIMOS NUESTRA ALMA AL MERCADO. UNA APROXIMACIÓN AL PODER DE LA INDUSTRIA CULTURAL: DIAGNÓSTICO Y PRONÓSTICO DE LA ESCUELA DE FRANKFURT**

Mireia Segarra Trepal

*“Entendieron que era más sencillo  
crear consumidores que someter a esclavos”*

Chomsky

En una entrevista ofrecida por Chomsky (2017) nos planteó cómo el sistema se percató que crear consumidores desinformados a través de la publicidad facilitaría que tomaran decisiones irracionales. Controlar a la población mediante sus creencias y actitudes es más fácil y efectivo que controlarla con el uso de la fuerza. Explica que el sistema perfecto sería el de una sociedad enmarcada en una díada concretada en la actualidad como *tú e Internet*. La red presenta cómo debería ser una vida digna, qué debemos tener y qué debemos hacer. Inclusive, el sistema democrático ha acabado funcionando del mismo modo que la publicidad; cuando se preparan unas elecciones no se ofrece información de los programas, se usa la propaganda, la hipérbole y la mentira para crear un electorado desinformado que tomará decisiones, demasiado a menudo, que irán en contra de sus intereses.

Podemos partir de esta reflexión y preguntarnos a propósito de distintos conceptos: el progreso, la cultura, el poder, los medios, la moda.

En el s. XX se cuestionó la idea de progreso que heredamos de la Modernidad. Se criticaron

las tesis del sujeto y de la historia, proponiendo una tesis de la variación que prioriza la comprensión de momentos determinados sin establecer ninguna idea de progreso. La tesis del sujeto enmarcada en la Ilustración (Kant) propone que la Humanidad está inmersa en un progreso lineal que nos llevará de la ignorancia al saber y a superar la dominación de unos pueblos sobre otros; parte de la idea que todos somos iguales pero simplemente nos falta un proceso madurativo para conseguir la libertad mediante la razón. La tesis de la historia, circunscrita en el pensamiento hegeliano, plantea cómo es necesario abolir las diferencias, entendiendo que es un proceso dialéctico relativista en el que el progreso se llevará a cabo mediante una sucesión de etapas. La primera tesis parte de la identidad y la otra de la diferencia, pero ambas tienden a una reconciliación. Este progreso implica jerarquía y dominación como algo insalvable. La Historia es una historia de dominaciones en búsqueda de la libertad. En la posmodernidad estas tesis sufrieron una crisis importante. Algunos autores sostienen que la reconciliación llegará, otros en cambio piensan que no llegará jamás. Los motivos para mostrarse escépticos en relación al progreso son varios aunque es importante destacar algunos de ellos. En primer lugar, hemos visto como el uso de la razón instrumental, lejos de liberarnos, nos ha llevado no solo al dominio de lo natural sino también al dominio feroz de unos a otros. En segundo lugar, la esperanza hegeliana puesta en la Revolución Francesa, como culminación de la abolición de las diferencias, también se ha evidenciado que no dio los frutos esperados (Campillo, 1995). Finalmente, destacar que en el tránsito del individuo a la sociedad debe haber una serie de estamentos mediadores, a saber, las instituciones, pero éstas que ocupaban el lugar de la mediación se convirtieron en un fin en sí mismas. Este fracaso en la función principal de las instituciones ha culminado en una crisis de la cultura. La cultura tiene dos acepciones que el alemán permite diferenciar, a saber *kultur* y *bildung*. Es decir, la cultura objetiva y la subjetiva. Simmel (1911) establece que no hay progreso en la cultura subjetiva, sólo en la objetiva. Se ha avanzado en las administraciones que gestionan los saberes y poderes pero se han convertido en un obstáculo para la cultura subjetiva, la formación personal, hasta el punto que el individuo concreto no es nada en comparación con ellas, no hacen circular la energía humana sino que la acumulan en beneficio propio. Este conflicto es inevitable ya

que hay una diferencia radical en el fundamento, en el concepto de progreso que ambas culturas buscan. El espíritu humano es continuo, la cultura objetiva es el resultado de ese proceso infinito pero se vuelve estática cuando acumula suficiente poder y/o saber. Este estatismo choca frontalmente con el dinamismo que caracteriza al espíritu humano, propio de la cultura subjetiva. Algunos autores, como Cassirer (Beorlegui, 1999), no comparten esta idea de tragedia en la relación entre ambas culturas y continúan planteando una idea de progreso. Éste piensa que hay un error de base en esta afirmación. Simmel equipara objetivo/subjetivo a resultados/procesos y pierde de vista que el primer contacto del *yo* no son los objetos sino los otros. No ha tenido en cuenta la posibilidad del renacimiento –en sentido general– algo que ha podido bloquear el progreso humano no tiene por qué ser insalvable siempre, puede volver a ser una mediación. La tragedia en Simmel se vuelve drama en Cassirer.

Desde un prisma distinto, Heidegger (1927) postula que la cultura es una banalidad ya que el sujeto se ha convertido en objeto, siendo ello un modo de olvido del *ser*. Se ha olvidado la pregunta ontológica y sólo ha preocupado lo óptico. Por lo tanto, hay que volver a preguntarse por el *ser* y esta pregunta incluye al que se la hace, es el *dasein*. Ahora bien, el *dasein* no piensa por sí mismo, está bajo la dictadura del *das Man*, la dictadura del Uno, la opinión pública, algo disperso e impersonal. Bajo esta opresión hay una apología de lo mediocre convirtiendo a lo normal en lo bueno. Ahoga la posibilidad de lo original, no soporta la pregunta por el *ser*, solo se mueve con entes. Es la dictadura de la obviedad, asume la figura de lo habitual. Es un poder indestructible cuando se percibe como poder de nadie, cuando no se aprecia. Es una praxis de “nivelación igualitaria”, resulta normalizadora y genera una continuidad “promediada” de sentido. El único modo de liberarse del *das Man* es haciendo justamente lo opuesto. El *das Man* opera con la ambigüedad –*dasein* inauténtico desdoblado–, con la curiosidad en sentido peyorativo de no profundizar y con el cotilleo y las habladurías que equivale a un no decir. El *dasein* no es un ente, es un estado de ánimo y debe apostar por lo auténtico. Debe encontrarse, reparar su estado de ánimo, comprender, es decir, intentar estar a la altura y usar el habla en el sentido de comunicar su estado de ánimo a los demás sobre lo comprendido y esta no es una explicación racional. La

manera de lograrlo es a través de la *angst* (angustia), que no es el miedo (propio del *das Man*), como puerta a la pregunta por el *ser*. La muerte revela al *dasein* su finitud. Debemos tomar consciencia de ello y no tener que volver al *das Man* que rehúye a la muerte, la quiere olvidar. El *dasein* no la evade ya que poder morir en cualquier momento equivale a poder ser “yo” en cualquier momento.

En otras palabras: “el último vértice de la interioridad es el pensar. El hombre no es libre cuando no piensa, pues entonces se está comportando en función del otro” (Hegel, en Han 2005).

Sería fructífero poder detenernos brevemente en la cuestión de cómo opera el poder. En general se suele entender como algo que restringe la voluntad del otro. Pero no tiene porque usar la coerción, es más, cuanto más poderoso es el poder más sigiloso se vuelve (Han, 2005). No se trata de neutralizar la voluntad sino más bien de hacer que se quiera de manera expresa lo que el poder desea para nosotros. Es decir, se obedece a la voluntad del poder como si fuese propia. Un poder superior lo es cuando configura y moldea a su voluntad nuestro futuro, no cuando lo bloquea. Así, el poder influye sobre el entorno de la acción, sin sancionar, para tomar el lugar de nuestras almas. Se transmuta en el verdadero demonio, el que embauca, miente y tergiversa hasta apropiarse de nuestra voluntad para subyacer a la suya. Además no solo inhibe o destruye, se encarga del flujo de la comunicación. No es algo represivo, sino que es productivo. Construye un proceder, un modo determinado en el que debe darse la comunicación. En realidad, su función principal es la de lograr nuestro consentimiento, que tengamos sensación de libertad que sea independiente de las posibilidades de actuar. Nos sometemos a él, deseándolo y pensando que es nuestra elección.

Su manera de actuar es la razón y no el terror, debido a que genera automatismos de la costumbre a partir de la articulación del mundo, nombrando las cosas y determinando la dirección y la motivación de nuestro proceder. Incrementa su estabilidad y eficiencia escondiéndose, ya que se hace pasar por algo cotidiano u obvio. Pero no solo se inscribe en el hábito, usa símbolos o narraciones para configurar una homogeneidad, asegurando así el dominio y la lealtad de las masas.

En este panorama de crisis en relación a la cultura aparece la Escuela de Frankfurt que abre una línea de pensamiento seminal que llegará hasta nuestros días. Priorizan la dinámica cultural como objeto de estudio. Plantean la posibilidad de cambio en el esquema estructura/superestructura marxista que establece una relación de subordinación entre ellas, para plantearlo como una relación dialéctica.

Nietzsche (1886) constató que “hay giros y concurrencias del espíritu, sentencias, un pequeño puñado de palabras en que una cultura entera, toda una sociedad, quedan cristalizadas de repente”. En el s.XX fueron: cultura de masas, medios de comunicación, consumo, mercado, cosificación. La aparición de la cultura de masas es lo que permite poner a la cultura en el centro del debate. Marx no lo pudo plantear porque aún no existía esa entidad. Como máximos exponentes de la Escuela de Frankfurt encontramos a Adorno y Horkheimer (1944). Critican al positivismo, como ya hizo Heidegger, diferenciando dos tipos de razón: la instrumental y la crítica – no en el sentido de Kant, sino en la constatación entre lo que es y lo que debe ser–. No aceptan un argumento del tipo “es lo que hay”. Ya se mencionó que las ideas que venían de la modernidad cargadas de impulso de cambio, de liberación, emancipación y progreso, consiguieron justo lo contrario; la cosificación de lo humano i la esclavitud –en forma de consumidores– por parte de una sofisticada tecnología. Plantean las consecuencias sociopolíticas del lado oscuro de la razón instrumental que tienen como punto álgido el nazismo; no es solo un auge del irracionalismo sino también un triunfo de la eficacia. Aún cuando acaba el nazismo, el autoritarismo no desaparece de la sociedad, mutó de modo no tan vistoso a nivel macro pero igualmente fatal: la cultura de masas. Este autoritarismo tiene en común con el nazismo y con los niveles micro-familias que falla el concepto de mediación. Las instituciones, como avanzábamos, ya no son medios –esto daría cuenta de progreso– sino fines en sí mismas.

Adorno habla de una mitologización en el sentido que hay teorías que se encargan de analizar al sujeto individual descuidando la tarea de la liberación social. Crítica clara a Heidegger que propone que la autenticidad solo se halla en uno mismo; este irracionalismo extremo, para Adorno, es la otra cara de la moneda del positivismo. Hay que tener presente que para mantener la

cultura de masas como forma de autoritarismo se debe tener claro que es una ideología; recalca la manera de inculcar unos determinados valores, a veces de modo inconsciente, de manera constante y casi imperceptible. Usa el término *pseudocultura* para hablar de devaluación de la cultura humanista hasta la cultura *pop*. Esta devaluación se da cuando la ciencia y la tecnología, que tienen una legitimación ideológica, sirven a la publicidad y a la propaganda, sirven al mercado. El núcleo del mercado es la industria cultural que genera productos de consumo, ocio y diversión que no son necesidades básicas para el ser humano. Es importante destacar los rasgos de esta *pseudocultura*. A diferencia de la cultura humanista que se centraba en transformar al individuo de aquello que es a aquello que debe ser en el sentido de realizar sus mejores cualidades, la *pseudocultura* es unidimensional, el individuo debe someterse a lo que es. Para abolir estas dos dimensiones es necesario un rechazo del esfuerzo intelectual. Hay una apología de lo fácil y de la suerte. Los individuos acostumbrados a lo fácil dejan lo difícil a las instituciones, al sistema, y así son más fácilmente gobernables. También hay una tendencia a la fragmentación; la filosofía ha intentado establecer premisas y deducir conclusiones a partir de ellas, unir ideas, y esto implica un esfuerzo. En la *pseudocultura* se trata de que los individuos vean cada vez más separadas unas causas de unos efectos y así no puedan establecer una relación entre hechos. Todo ello se consigue gracias a una homogeneización; los productos y mensajes en apariencia distintos, son iguales. A los individuos/consumidores se les oculta esto. Los productos se diversifican de manera aparente y se intenta que el consumidor llegue a la ilusión de creerse único por consumir algo concreto. Así pues, hablamos de una *pseudoindividuación*. Existe una planificación tremenda, calculada e irracional al mismo tiempo. Produce un mito a nivel moderno bien distinto al mito clásico donde la gente *vive* su experiencia según sus mitos, ahora llega a través de los medios, es un mito “de segunda mano”.

Otro gran mito ya anunciado es el de la razón. Adorno piensa que es inevitable llegar a este punto, como ya dijo Simmel, pero no hay que asumirlo sino criticarlo y trazar una teoría socializadora para solucionarlo. El mito de la razón consiste en creer que la *diosa razón* puede dominarlo todo; Hegel es muestra de este apogeo, pero su propuesta se derrumba y aparecen los

irracionalismos y el ascenso del positivismo. Caen los conceptos de espíritu y lo subjetivo, el ser humano está sometido más que nunca a lo que le es externo, la naturaleza.

Adorno intenta dar cuenta del funcionamiento de la industria cultural. Habla de tesis, aunque no las especifica, que apoyan que nos encontramos en una cultura más fragmentaria que nunca, no hay un signo de los tiempos, hay un caos cultural debido a que no hay una religión objetiva, una disolución de residuos precapitalistas, una diferenciación entre la técnica y lo social, y una extremada especialización. Estas tesis son falsas. En realidad hay una gran homogeneidad, no hay fragmentación del sistema, el sistema cultural es más potente que nunca. El aparente caos sirve para esconder esta unicidad. Las industrias culturales no son varias, es una, están todas íntimamente coordinadas. La fusión audio y visual es lo más potente que ha habido nunca y ha convertido a la cultura en un negocio.

Cuando los receptores reprochan a la industria sus productos, esta se justifica diciendo “es lo que la gente quiere”. Otra falacia; el sistema no responde a la voluntad de los receptores, los moldea, construye al público. Los emisores no son las industrias culturales sino que es la industria en sí que corresponde al sistema socio-político-económico que es más fuerte y está más unido que nunca. El mensaje que ofrecen parece heterogéneo pero es una apariencia, sólo hay UN mensaje, por lo que también podríamos hablar de *pseudovariabilidad* y *pseudoelección*. Hay una inversión del orden de prioridades del sistema de comunicación, la estructura mensaje-emisor-medio-receptor cambia, se le da la vuelta y el receptor ni se percata de ello. El mensaje pasa a ser lo de menos.

Adorno advierte que el sistema nos ha robado el esquema kantiano (intuición y concepto) y es la industria quien realiza la síntesis del esquema. Esta unificación no ha sido sustraída de los sujetos, viene dada. Busca acabar con la rebeldía del detalle. Conecta y conceptualiza como quiere y ello implica una renuncia al esfuerzo. Por eso la industria cultural convierte a los espectadores en aquello que quería de entrada: un público sin crítica, sin pensamiento.

Los rebeldes no tienen posibilidad a menos que se adhieran a la ideología implícita del sistema; el sistema los debe acoger, los fagocita y les hace formar parte del mismo. La industria

cultural crea a un tipo de espectador, el sistema crea al público y este siente apego al mal que se le hace. Hay una renuncia al arte auténtico, todo es arte ligero porque se renuncia al esfuerzo, se petrifica la creatividad. Todos se mueven en los cánones habituales, hay una monotonía creativa, una tendencia al absurdo.

Simmel (1905) escribió un ensayo en el que reflexionaba sobre la moda, algo que nos sirve para entender hasta qué punto la imitación cristaliza la cultura subjetiva. La vida es entendida como un dualismo en oposición: particular/universal, igualdad/diferencia, imitación/distinción, cohesión/separación. La moda es la institución social que unifica en una proporción peculiar el interés por la diferencia y el cambio que se da por la igualdad y la coincidencia. Habla de la moda como un *Lebensform*, una forma de vida basada en la imitación. Esta nos permite transferir a los demás la experiencia de ser original y la responsabilidad de su acción. La imitación “es la hija que el pensamiento tiene con la estupidez”. Proporciona seguridad liberando al individuo del tormento de decidir y así se suma al grupo que es el receptáculo de los contenidos sociales, pero falta la capacidad de dar al deseo, contenidos individuales. Hay una oposición entre el ser humano teleológico que obra en vista a unos fines, quiere avanzar, y el imitador que simplemente hace lo que los demás. Aunque dentro de esta tendencia a la imitación también hay una fuerza que nos impulsa a diferenciarnos y destacar, sentirnos únicos. Por ello uno puede tender a esquivar las modas, aunque es lo mismo que imitar pero en signo contrario. “No es pues, la hostilidad a la moda menor testimonio del poder que sobre nosotros ejerce la tendencia social”. Somos súbditos de la moda en sentido positivo o negativo. Ya sea para seguirla o rechazarla.

Simmel señala que la moda también puede ser una máscara. Obedecer ciegamente a lo que viene dado, lo que nos es externo, puede servir para reservar lo íntimo, para que nuestros gustos y sensibilidades personales queden en libertad. Podemos demostrar sumisión a lo social y mostrarnos dóciles pero también hay un aspecto que puede preservarse, cierta parcela de nuestra libertad individual. Ahora bien, cuando adoptamos “modas de grupo” y sometemos a ellas la totalidad de nuestras representaciones, la individualidad queda aplanada y los matices borrados por una única manera de calificarlo todo.



Retomando a Adorno, podemos constatar que estamos inmersos en productos culturales que ofrecen esquematización, se impone la ligereza y siempre se quedan en lo preliminar, nunca llega la culminación. El espectador se somete inconscientemente a esa resignación de la culminación y ello potencia la sensación de que no se puede poner resistencia al sistema. El papel del azar también es fundamental. Lo principal es la suerte y no el esfuerzo. No hace falta que los espectadores cambien y ello pasa por la devaluación de la cultura subjetiva. Casi todo es cultura objetiva y así la sociedad está más planificada que nunca. También se ve afectado el lenguaje, que pasaría a ser *pseudolenguaje*, ya no es un medio para expresar lo auténtico, solo informa. Es un lenguaje que no significa, que ya no “corta”.

Existe la posibilidad de una oposición individuo/sociedad. Pero no es una tragedia es una *pseudotragedia*. No podemos oponernos al orden social, ya que este se retroalimenta con lo que se le opone porque todo lo asimila, le da un lugar. Así funciona el sistema capitalista, todo lo rentabiliza. Dentro del capitalismo es imposible la rebeldía. El mayor engaño es que la industria cultural ofrece como paraíso la misma vida cotidiana de la que uno quiere escapar. Es tan eficaz que la diversión (*pseudodiversión* ahora) consigue la resignación. Y el engaño no está en que sirve de distracción sino que arruina el placer, queda asociada a los clichés de la cultura. El objetivo no es liberarnos, es inculcar los modos normativos de conducta presentándolos como únicos naturales, decentes y razonables. Así se adquieren las preferencias y expectativas, la forma de relacionarse e interpretar las cosas en función de los textos dominantes que impulsan los medios. El individuo pues no puede construirse como soberano dentro de la sociedad, hay una tendencia al estereotipo (*pseudoindividuo*). Se diluye la resistencia y desaparece la crítica.

La publicidad no es un medio para “vender” un producto y explicar sus ventajas. Solo hace publicidad quien controla la industria. La producción artística solo accede al mercado (*pseudomercado*) según el criterio del sistema. Hay un dispositivo de bloqueo y se abren las puertas a los monopolios. La industria de la cultura supone la expropiación de la consciencia de los seres humanos, sustituye la experiencia artística genuina por el arte inferior, testimonio del fracaso de la cultura.

Hemos intentado dar cuenta de cómo el fracaso en la idea de progreso ha llevado a replantearse el concepto de cultura. Heidegger, por ejemplo, critica la cultura ya que la asocia al poder; Simmel y Adorno, por otro lado, intentan mostrar el punto al que ha llegado. Todos ellos parten del fracaso de las instituciones en su papel mediador. Ello ha llevado a obstaculizar la cultura subjetiva. Somos esclavos de las modas, estamos modelados por la industria cultural que ha ahogado la posibilidad de rebelión y autenticidad.

El poder de la cultura objetiva, el del sistema, ha generado automatismos en nuestra manera de ser y actuar, creemos ser libres cuando en realidad estamos subyaciendo a la voluntad de ese poder.

Adorno planteó una teoría que será de gran influencia en el s.XXI “la verdad de una teoría no es lo mismo que su fecundidad. Se llama al pensamiento a rendir cuentas como si fuera la praxis. La palabra se mueve a tientas, juega y experimenta, con la posibilidad de error. Pero ser incompleto y saberlo también es señal del pensamiento y justamente es ese pensamiento con el que vale la pena morir”. En este sentido vamos a pensar su aportación. Intentó dar un diagnóstico, un pronóstico y una alternativa a la cuestión de la crisis cultural. Fue preciso en el diagnóstico, se quedó a medias tintas en el pronóstico y pecó de optimista con la alternativa. El capitalismo se ha adueñado de todo, ya no podemos hablar de cultura de masas en el sentido del s.XX, sería más adecuado hablar de la cultura del mercado.

Para escapar a esta sumisión a la que estamos expuestos se han planteado básicamente dos formas: en primer lugar, la teoría de Heidegger que intenta analizar al sujeto individual y ofrecer un camino distinto para el ser humano; y en segundo, la propuesta de la Escuela de Frankfurt que trata de apelar fundamentalmente a una tarea de liberación social.

El sentimiento de impotencia que despierta el momento actual es notable. Vivimos en una sociedad acrítica que ha renunciado al esfuerzo. Pero también es cierto que hay núcleos de la sociedad que luchan para escapar a este destino, aunque es difícil reconocerlos en los estamentos de poder. Los intentos de producir un cambio sistemático fracasan; hay victorias a medias, pequeños giros de esperanza que no culminan en un cambio de paradigma porque la política, al

servicio del mercado, ha perdido la función de mediación de la que hablábamos.

Pero tal como dijo Adorno:

“sospechosa no es la descripción de la realidad como un infierno, sino la rutina exhortada a salir de ella. Si el discurso debe hoy dirigirse a alguien, no es a las masa ni al individuo, que es impotente, sino más bien a un testigo imaginario, a quien se lo dejamos en herencia para que no perezca enteramente con nosotros”.

#### *Referencias bibliográficas:*

Beorlegui, C. (1999), *Antropología filosófica*, Bilbao, Universidad de Deusto.

Campillo, A. (1995), *Adiós al progreso: una meditación sobre la historia*, Barcelona, Anagrama.

Chomsky, N. (2017), <https://youtu.be/cYnool7985E>

Han, B. (2005), *Sobre el poder*, trad. de Alberto Ciria, Barcelona, Herder, 2016.

Heidegger, M. (1927), *Ser y tiempo*, trad. de Jorge Eduardo Rivera, Madrid, Trotta, 2003.

Horkheimer, M., y Adorno Th. W., (1944), *Dialéctica de la ilustración*, trad. de Juan José Sánchez, Madrid, Trotta, 2016.

Nietzsche, F. (1886), *Más allá del bien y el mal*, trad. de Andrés Sánchez Pascual, Madrid, Alianza, 2012.

Simmel, G. (1911), *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*, trad. de Gustau Muñoz, Barcelona,

Península, 2002.

Simmel, G. (1905), *Filosofía de la moda*, trad. de Jorge Lozano, Madrid, Casimiro libros, 2014.

### *Resumen*

En este artículo partimos del fracaso en la idea de progreso. Se toma como eje el concepto de cultura. Estamos sometidos a la influencia de un sistema que usa un poder sigiloso y astuto que se esconde en lo cotidiano. Se apodera de nuestra conciencia y no permite que seamos libres en nuestras decisiones. Los objetos de la cultura tales como la moda, la publicidad, el cine, contenidos de las redes y un largo etcétera, están diseñados para llevar a cabo esta misión, convirtiéndonos en personas sin espíritu crítico que navegan por los mares que el poder ha diseñado para nosotros. Para dar cuenta de ello mostraremos teorías que se encargan de analizar al sujeto individual y otras que ponen de relieve la necesidad de una tarea de liberación social. Nos centraremos en una de las críticas más fecundas que se hicieron en el s.XX realizada por la Escuela de Frankfurt, en concreto la primera generación, cuyos máximos representantes fueron Adorno y Horkheimer.

*Palabras clave: filosofía de la cultura, progreso, poder e industria cultural.*

### *Abstract*

In this article we will start with the failure of the idea of progress. The concept of culture will be taken as its anchor. We are subject to the influence of a system that hides a stealthy and cunning power in our everyday. It takes over our conscience and prevents us from being free in our decisions. The products of culture such as fashion, advertising, cinema, social media content,

etcetera, etcetera, are designed to carry out this mission, turning us into people without critical thinking who sail the seas that power has designed for us. To account for this we will look at theories that are responsible for analyzing the individual subject, as well as others that highlight the need for a task of social liberation. We will focus on one of the most fertile criticisms made in the 20th century made by the Frankfurt School, more specifically its first generation, whose foremost representatives were Adorno and Horkheimer.

*Key words: Philosophy of culture, progress, power and cultural industry.*

Mireia Segarra Trepas

Psicóloga. Licenciada en Filosofía.

mireia.segarra@yahoo.es