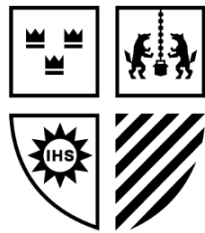


UNIVERSIDAD ANTONIO RUIZ DE MONTOYA

Facultad de Filosofía, Educación y Ciencias Humanas



UARM

Universidad
Antonio Ruiz
de Montoya

LA COEXISTENCIA ENTRE EL MYTHOS Y EL LOGOS EN LA DIALÉCTICA DE LA ILUSTRACIÓN DE HORKHEIMER Y ADORNO

Tesis para optar al Título Profesional de Licenciado Filosofía

Presenta el Bachiller

DIEGO OMAR MANTUANO MACÍAS

Presidente: Rosa Elvira Vargas Della Casa

Asesora: María Soledad Escalante Beltrán

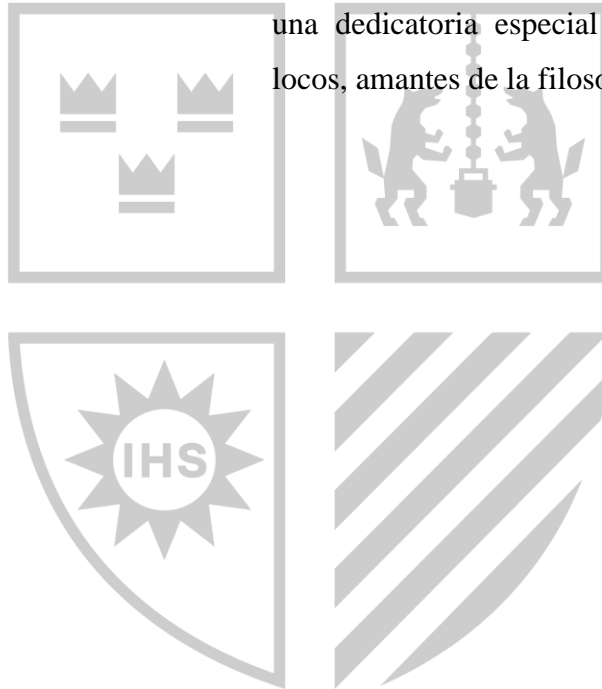
Lector: Alessandro Caviglia Marconi

Lima – Perú

Julio de 2022

DEDICATORIA

Dedico el proceso de esta investigación a quienes fueron y se convirtieron en inspiración durante mis estudios de filosofía. Finalmente, una dedicatoria especial para nosotros, esos locos, amantes de la filosofía.



AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a la Dra. Soledad Escalante por haber acompañado con atención el proceso de esta investigación. Además, agradezco a la UARM, a la Compañía de Jesús, a mis padres, a mis hermanos, amigos y amigas que han inspirado estas reflexiones filosóficas mediante la sencillez y complejidad de sus ideas.



RESUMEN

La presente investigación estudia la dialéctica entre mito y razón a partir de la obra *Dialéctica de la Ilustración* de Horkheimer y Adorno. El contexto de esta obra es el siglo XX y la Segunda Guerra Mundial. Aquí, surge una razón ilustrada dominada por sus propias contradicciones: la destrucción de la vida humana. El mito es lo que precede a la razón y la razón al mito. Por ello, se trata de comprender el mito en relación con la razón, para esto se acude a la épica de Homero: *Odisea*. Odiseo es identificado como un ser racional que se separa del mito y que al hacerlo pierde su identidad. Por tanto, Odiseo ejemplifica al sujeto moderno. Por otro lado, aquella comprensión del mito conduce a la reflexión sobre la razón y su relación con la industria cultural. Aparece el concepto de industria cultural. Este concepto es extraído de la *Dialéctica de la Ilustración* con el fin de evidenciar la negación de la razón y la sumisión del sujeto moderno. Finalmente, se plantea una síntesis de este proceso dialéctico; en donde el mito y la razón coexistan transformando al ser humano en su relación consigo mismo y con el mundo.

Palabras clave: sujeto, mito, razón, industria cultural, Horkheimer, Adorno

ABSTRACT

The present research studies the dialectic between myth and reason based on Horkheimer and Adorno's *Dialectic of Enlightenment*. The context of this work is the twentieth century and the Second World War. Here, an enlightened reason emerges dominated by its own contradictions: the destruction of human life. Myth is what precedes reason and reason precedes myth. Therefore, it is a matter of understanding myth in relation to reason, for this we turn to Homer's epic: *Odyssey*. Odysseus is identified as a rational being who separates himself from the myth and in doing so loses his identity. Therefore, Odysseus exemplifies the modern subject. On the other hand, that understanding of the myth leads to a reflection on reason and its relationship with the culture industry. The concept of cultural industry appears. This concept is extracted from *Dialectics of the Enlightenment* to evidence the negation of reason and the submission of the modern subject. Finally, a synthesis of this dialectical process is proposed, where myth and reason coexist transforming the human being in his relationship with himself and with the world.

Keywords: Subject, Myth, Reason, Cultural industry, Horkheimer, Adorno

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO I: MITO Y RAZÓN EN <i>DIALÉCTICA DE LA ILUSTRACIÓN</i> DE HORKHEIMER Y ADORNO.....	13
1.1. Dialéctica de la Ilustración de Horkheimer y Adorno.....	15
1.2. Excursus I: Odiseo, mito e ilustración.....	18
1.3. La tesis central: “El mito es ya Ilustración”.....	19
1.3.1. El sacrificio ritual de Odiseo.....	20
1.3.2. Astucia de la razón: sujeto y naturaleza interior.....	24
1.4. La razón mitologizada.....	28
CAPÍTULO II: MYTHOS Y LOGOS: LA «PALABRA» EN EL MITO.....	31
2.1. Origen del <i>mythos</i> griego y su relación con <i>logos</i> (palabra).....	32
2.1.1. El paso del <i>mythos</i> al <i>logos</i>	37
2.2. El mito y la industria cultural.....	43
2.2.1. El concepto de Industria cultural.....	44
2.3. El modo de proceder de la Industria cultural.....	45
CAPÍTULO III: LA COEXISTENCIA ENTRE MITO Y RAZÓN.....	56
3.1. La transformación del sí mismo en el sujeto moderno.....	58
3.2. Los monstruos de la <i>Industria Cultural</i>	60
3.3. El humor y la rememoración: hacia la coexistencia entre mito y razón.....	64
Conclusiones.....	68
Recomendaciones.....	71
Bibliografía.....	73

INTRODUCCIÓN

“En la base del mito la Ilustración ha visto siempre antropomorfismo: la proyección de lo subjetivo en la naturaleza. Lo sobrenatural, espíritus y demonios, es reflejo de los hombres que se dejan aterrorizar por la naturaleza. Las diversas figuras míticas pueden reducirse todas, según la Ilustración, al mismo denominador: al sujeto” (Horkheimer y Adorno, 1998, p. 62).

La Escuela de Frankfurt propone una reflexión acorde a los tiempos modernos. Esto es crítica y compleja. De ahí que se constituya en una teoría-crítica. Como sabemos, la Dialéctica de la Ilustración (DI) está inserta en una propuesta filosófica, teórico-crítica. En esta obra Max Horkheimer y Theodor W. Adorno reflexiona sobre el problema de la razón en el contexto del siglo XX y los acontecimientos de la Segunda Guerra Mundial. Aquí, la razón se vuelve contra sí misma, es decir, se autodestruye. Lo problemático se encuentra en que la razón, que conduciría a la humanidad hacia el progreso, ahora la elimina. ¿Por qué sucede aquello? ¿Qué subyace a este proceso autodestructivo? Para responder a estas preguntas hay que ir más allá de la razón misma. En este contexto, el elemento más allá de la razón es el mito. En el Excursus I, se presenta la relación dialéctica entre el mito y la razón a partir de la Odisea de Homero. El mito aparece aquí como presagio del proceso autodestructivo de la razón. En el relato homérico, Odiseo utiliza la astucia para enfrentar las circunstancias adversas que se le presentan. “La astucia tiene su origen en el culto. El mismo Odiseo actúa como víctima y como sacerdote a la vez” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 103). Cuando la astucia de la razón se pone en acción, también sucede un proceso alterno. Este proceso alterno está compuesto de la pérdida de identidad y el sacrificio de sí mismo. Por tanto, el sujeto ya no es más identidad de sí mismo, sino identidad racional.

El principal objetivo de esta investigación es desarrollar una respuesta que exponga el proceso dialéctico entre mito y razón; y además que contribuya a la liberación y posible reconciliación con las contradicciones en el ser humano. Horkheimer y Adorno

exponen una tesis que sintetiza el problema dialéctico entre mito y razón. “El mito es ya Ilustración; la Ilustración recae en mitología” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 56). La cuestión es comprender cómo es posible aquello; y cómo el mito contiene aspectos que conducen a la reconciliación entre el ser humano y su propia naturaleza. Así, logrando que el ser humano se reconcilie con su propia naturaleza, dando voz a lo reprimido y recordando su pertenencia a lo natural y no solamente a lo puramente racional es que se logra una humanidad consciente de sus contradicciones y, por tanto, más integrada.

Al modo de la dialéctica hegeliana, los capítulos de esta investigación se desarrollarán a partir de tres elementos: tesis, antítesis y síntesis¹. La tesis es lo inmediato de la relación entre mito y razón; esta es la razón. La razón ha sido asimilada como orientadora de la vida humana. La antítesis sería lo que es discriminado por la razón, en este caso el *mythos*. A pesar de ello, el *mythos* forma parte del *logos*, esto gracias al uso de la palabra. Con la modernidad, la industria cultural incorpora el *logos* como parte de la estrategia para captar al consumidor y dominar el mercado. Finalmente, la síntesis o *Aufhebung* (superación) de este proceso se encuentra en el reconocimiento de que la razón y el mito forman parte de una dialéctica que conduce a una humanidad reconciliada consigo misma. El movimiento hegeliano permite descentrar la atención de la razón, y centrarse en el proceso que involucra tanto la razón como el mito.

El primer capítulo contiene la presentación del texto *Dialéctica de la Ilustración* (DI) y cómo en esta obra se presenta el problema de la ilustración como aquella razón que pretende el dominio, sobre todo. La primera parte del capítulo es una introducción a la obra de Horkheimer y Adorno, con algunos elementos como el contexto histórico, inspiraciones filosóficas y composición del texto. La segunda parte corresponde con el *Excursus I*; para acercarse al problema de la razón hay que volver al instante en que la razón se olvidó de sí misma. Los autores interpretan que aquello sucedió con la aparición de los mitos escritos como la *Odisea* de Homero. Por ello, esta parte desarrollará la relevancia de la *Odisea* en el *Excursus I*. En un tercer momento, se abordará parte de la tesis principal de DI, esta es: “El mito es ya Ilustración...” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 56). Esto con el fin de que sea el hilo conductor de las reflexiones posteriores de la relación entre el mito y la razón. Además, se expondrá los conceptos de sacrificio de sí mismo (*Selbst*) y la astucia de la razón mediante la relación entre el sujeto y la naturaleza

¹ Cabe resaltar que estos términos provienen de la posterior propuesta dialéctica de Marx (En Hegel: en sí, para sí y retorno a sí).

en la Odisea. Finalmente, en la cuarta parte se presenta el proceso por el cual la razón se mitologiza y tiende a olvidarse de sí mismo. La pregunta que surge ante esto es ¿Cómo lograr que el sujeto recupere el *Selbst* y que se reconcilie con su propia naturaleza?

El segundo capítulo presenta la antítesis del proceso dialéctico de la relación entre el mito y la razón. Para esto utilizará el otro significado de logos que es palabra. La palabra se vincula con el mito y el mito con la palabra. Entendiendo que los mitos pasaron de la oralidad a la palabra escrita. En ese sentido, el capítulo se dividirá en dos partes. La primera se encuentra conformada por un acercamiento al origen del mythos griego y su relación con la palabra. Asimismo, se presentará la discusión entre dos posiciones respecto al paso del mythos al logos. Por un lado, aquellos que afirman que existe el paso del mythos al logos, debido a que, entre otros factores, no se podría explicar los avances en la filosofía y la ciencia sin el despojo de los elementos fantásticos y ficticios de los mitos (Vernant, 1973; Zapata, 2009) y, además, “el logos se fue traduciendo en trazos, es decir, en escritura” (Guzmán, 2011, p. 140). Y, por otro lado, aquellos que aseguran que no existe tal paso, sino que más bien se mantiene una dialéctica entre el mito y la razón, el mito mantiene una modalidad de aletheia (en gr. verdad) que permite que el ser humano se abra a una posibilidad mucho más diversa y compleja (Boticci, 2008; Madrid, 2011). Asimismo, se esboza la posibilidad de interrelación entre el mito y la razón. En ese sentido, si se habla de una realidad compartida, “lo real no es solamente lo que aparece o se muestra, sino la reflexión intelectual sobre los que puede o no ser visto” (López, 2016, p. 83).

La segunda posición coincide con la propuesta de Horkheimer y Adorno en DI. Por ello, en la segunda parte del capítulo se indaga la relación entre el mito y el lenguaje en la modernidad. Para lograr aquello se acude al concepto de industria cultural planteado por Horkheimer y Adorno en el capítulo *La industria cultural: Ilustración como engaño de masas* de DI. Aquí, lo que se logrará comprender es la incidencia que tienen los medios de comunicación en las personas convirtiéndolos en consumidores sin libertad de un criterio para discriminar lo innecesario de lo indispensable para la vida. Así, la industria cultural construye una palabra mitologizada y convertida en producto para las masas.

En el tercer capítulo se recopilan los principales argumentos que defienden la postura de que existe una interrelación dialéctica entre el mythos y el logos. Todo esto en términos de tesis, antítesis y síntesis o superación (Aufhebung). Esto corresponde al proceso dialéctico hegeliano al cual recurrieron Horkheimer y Adorno en Dialéctica de

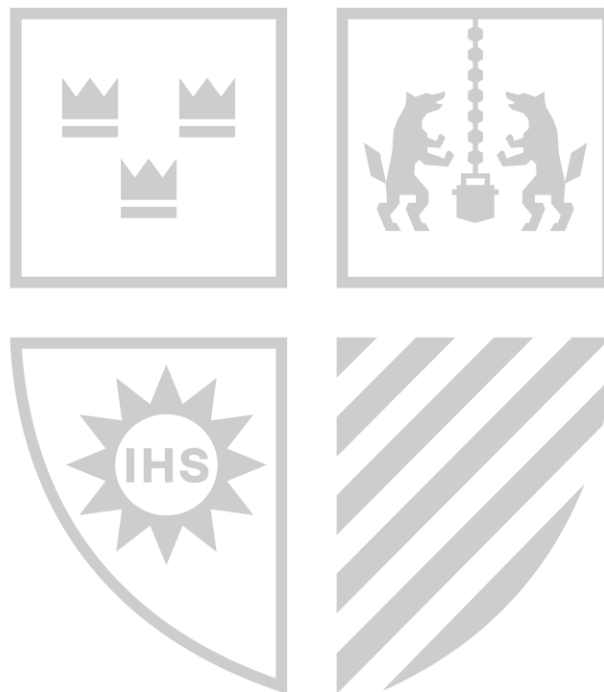
Ilustración. En el primer momento (tesis) se recuperan las reflexiones de DI sobre la Odisea de Homero. Odiseo busca completar el viaje que emprendió de regreso a Ítaca, no obstante, aquello también implica volver con un alma transformada por los encuentros con seres míticos que lo ponen a prueba para ver la astucia e ingenio. En esta parte, la tesis se sintetiza en la incidencia de lo mitológico en la construcción de la razón instrumental que provoca en el sujeto moderno la pérdida de su propia identidad y el rechazo hacia el mito.

En el segundo momento (antítesis) se abordará la antítesis de la relación entre el *mythos* y el *logos*, donde mito también es palabra; esto por ya se convierte en relatos escritos. La palabra mitificada pasa a ser un instrumento de la industria cultural para incidir en los consumidores y favorecer el sistema de mercado. ¿Qué sucede con la razón en este caso? Para responder a aquello se citará el grabado n.º 43 de Francisco de Goya: El sueño de la razón produce monstruos. La razón es capturada por los monstruos del consumismo y el deseo de poder. La industria cultural induce a la razón al sueño de la aparente felicidad y bienestar al comprar un producto. Aquí, se niega la autonomía del ser humano, de manera que ahora no es más que instrumento al servicio del consumo.

En el tercer momento (síntesis) propone la superación de aquella negación del segundo momento. Esto mediante dos elementos que permiten comprender la coexistencia entre el mito y la razón: la rememoración (anamnesis) y el humor. Estos elementos proceden en contra de la razón instrumental que opaca lo mitológico. Aquí, se recurre al *Excursus I*, donde Horkheimer y Adorno reflexionan sobre el viaje de Odiseo al Hades (el lugar donde habitan el alma de los muertos). En este espacio, Odiseo incorpora con el anhelo el recuerdo de los seres queridos. El mito busca recordar al ser humano sus orígenes, es decir, su propia identidad. Hacer memoria de los antepasados es reconectarse consigo mismo. El mítico y lo racional coexisten en este espacio de recuerdos y anhelos. Por otro lado, el humor también involucra un ir más allá de la razón, debido a que el ser humano se libera de la censura de sus propias contradicciones. Lo reprimido se sacude la contención de la razón. He ahí, la coexistencia entre el mito y la razón.

Finalmente, todo lo anterior nos conduce a una verdadera comprensión de que el mito y la razón o *mythos* y *logos* coexisten de manera dialéctica en la realidad del ser humano. Este proceso dialéctico entre mito y razón permite la reconciliación con la propia humanidad y su propia naturaleza. Sin embargo, la razón ha sido el elemento principal

para el desarrollo de la humanidad. Lo que se concluirá es que en el ser humano habita una dinámica mítica que permite la canalización de lo instintivo, de modo que el ser humano comprenda el mito como parte de sí mismo. La humanidad debe avanzar hacia una comprensión del mito en la línea de la reflexión y de la incorporación de dichos saberes. Aquello es coexistencia entre mito y razón. De lo que se concluye anteriormente, se desprenden algunas recomendaciones para futuras investigaciones: la relación entre el mito y la pedagogía; la industria cultural en el siglo XXI y la relación entre el ser humano y la naturaleza. Todo aquello involucra la construcción de un ser humano con mayor consciencia crítica y con disposición para transformar su propia humanidad.



CAPÍTULO I: MITO Y RAZÓN EN *DIALÉCTICA DE LA ILUSTRACIÓN DE HORKHEIMER Y ADORNO*

“Si la Ilustración no asume en sí misma la reflexión sobre este momento regresivo, firma su propia condena. En la medida en que deja a sus enemigos la reflexión sobre el momento destructivo del progreso, el pensamiento ciegamente pragmatizado pierde su carácter superador, y por tanto también su relación con la verdad” (Horkheimer y Adorno, 1998, p. 53).

Max Horkheimer y Theodor W. Adorno formaron parte del grupo de intelectuales alemanes que iniciaron el Instituto de Investigación Social, posteriormente llamado *Frankfurter Schule*². La Escuela de Frankfurt dirigió sus esfuerzos a realizar una crítica a la cultura burguesa del siglo XIX y a la modernidad. Existen dos concepciones filosóficas que ayudan a comprender los fundamentos de esta crítica. La primera es la teoría marxiana acerca del concepto de materialidad, con la premisa de igualdad de clases busca transformar las condiciones materiales de los hombres. Y la segunda es el hegelianismo, donde se hace énfasis en los conceptos de historia y razón como parte del desarrollo del pensamiento. Respecto a la primera concepción, “la escuela deseaba dejar claro que su proyecto era algo más que la simple reafirmación, o aún revisión, de la problemática marxista” (Friedman, 1989, p. 35) y, por ende, guardaban distancia de la política partidaria con el fin de ejecutar una teoría crítica en libertad. En ese sentido, los frankfurtianos se plantearon repensar y reconstruir radicalmente el significado de la emancipación humana en la modernidad.

² La Escuela de Frankfurt fue una institución y modelo de pensamiento fundado en Frankfurt-Alemania en 1923. Se fundó como un Instituto de Investigación Social que pretendía abordar los problemas de la sociedad burguesa desde un enfoque interdisciplinario y con datos empíricos (Jay, 1989).

A partir de lo anterior, *Dialéctica de la Ilustración* de Horkheimer y Adorno se constituye en una obra que realiza una crítica a la razón ilustrada³ y, por ende, al proceder científico; mostrando que es necesario volver sobre el mito para explicar el dominio de la razón en el ser humano. Por ello, el análisis de los autores permitirá exponer una razón que vincula ciencia y tecnología en una nueva forma de dominación.

En esa línea, el primer capítulo tiene como objetivo principal mostrar la tesis de cómo el mito es ya ilustración para Horkheimer y Adorno. La argumentación se dividirá en cuatro partes. La primera consta de la contextualización, presentación de tres ideas principales y estructura de la obra *Dialéctica de la Ilustración*⁴. En adelante, con el fin de una mayor comprensión de la dialéctica entre *mythos* y *logos* (razón)⁵, la segunda parte expondrá algunas ideas centrales de la *Odisea* y los elementos principales que componen el *Excursus I*.⁶ Luego en una tercera parte se explicará la tesis principal de *Dialéctica de la Ilustración* en el *Excursus I*, esta es: “El mito es ya Ilustración...” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 56). Al igual que los autores, el objeto de estudio para lograr dicho cometido será la *Odisea* de Homero, en la cual se prestará especial atención al canto IX y XII respectivamente. Por ello, con estos cantos se pretende comprender cómo los conceptos de sacrificio de sí-mismo y dialéctica entre sujeto-naturaleza son ya, desde el albor de la reflexión filosófica, la puesta en marcha del proceso ilustrado. Por último, en una cuarta parte se presentará cómo la razón se mitologiza al ignorar el momento autodestructivo que experimenta el sujeto al olvidarse de sí-mismo, es decir, al perder su identidad.

1.1 Dialéctica de la Ilustración de Horkheimer y Adorno

Durante la primera mitad del siglo XX, Europa sufría las consecuencias económicas y políticas de una crisis que desgastaba a la clase media-baja de la sociedad

³ Con razón ilustrada o racionalidad ilustrada, los autores (Horkheimer y Adorno) se refieren al conocimiento científico.

⁴ Con el fin de facilitar la lectura del texto, me referiré a la *Dialéctica de la Ilustración* con la abreviatura: DI.

⁵ En la etimología de la palabra *logos* se encuentra que mantiene un significado polisémico; puesto que significa ciencia, razón, saber y palabra. A lo largo de la investigación se utilizarán dos sentidos de *logos*: razón y palabra. En este primer capítulo, se emplea el *logos* en el sentido de razón, debido a que este es el uso que le brindan los autores de DI para establecer la relación con lo mitológico. En el capítulo dos se usará el *logos* en el sentido de la palabra.

⁶ En esta investigación no abordará la segunda parte de la tesis que es “...la Ilustración recae en mitología” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 56) puesto que esto corresponde al *Excursus II* donde se aborda más bien la moralidad kantiana y el cinismo de Marqués de Sade.

alemana. La Escuela de Frankfurt, desde 1923, insistía en investigaciones de carácter social y reflexiones filosóficas que mostrarán las consecuencias del capitalismo en la sociedad moderna. El objetivo era realizar una crítica respecto a la relación praxis-teoría en la actividad política y económica. Sin embargo, con el ascenso político del nazismo en Alemania estas pretensiones se vieron limitadas y censuradas. El totalitarismo no había dejado espacio para la reflexión crítica sobre su particular modo de proceder. Por ello, varios miembros de la *Frankfurter Schule*, entre ellos Horkheimer y Adorno, salieron de Alemania a finales de la década de 1930 hacia diversas partes de Europa occidental y Estados Unidos. Pero aquello no impidió que reflexionaran y escribirán en lengua alemana (Entel, 2005, p. 77) acerca de las secuelas que iba dejando la Segunda Guerra Mundial. Antes bien, el exilio condujo a los frankfurtianos a pensar con seriedad qué dinámicas subyacen a la pretensión de dominio en los totalitarismos (Jeffries, 2018, p. 11).

En ese sentido, una de las ideas principales en DI es la crítica a la noción de razón ilustrada y al dominio que esta ejerce sobre el ser humano⁷. Esta crítica no es para ignorar la importancia de la ilustración en el desarrollo de la sociedad; más bien, es para salvarla de su momento autodestructivo. Por un lado, el proyecto ilustrado procuraba liberar al hombre de la ‘minoría de edad’; y consecuencia de aquello, constituir un sujeto ávido de nuevos conocimientos y de implicancia en asuntos de la sociedad civil (Kant, 2013). Aquel fin se consiguió con el advenimiento de la modernidad. Sin embargo, el dominio racional sobre sí mismo implicaba mucho más que los valores impulsados por la Ilustración. Cuando el nazismo inició el exterminio de judíos en campos de concentración a mitad del siglo XX, usaban la razón ilustrada en términos de participación activa en los asuntos de la sociedad civil. Con estos acontecimientos, Horkheimer y Adorno comprendieron que “la Ilustración, pese a todas sus afirmaciones de haber superado la confusión mitopoiética mediante la introducción de un análisis racional, se había convertido ella misma en víctima de un nuevo mito” (Jay, 1989, p. 420). Por tanto, había que evidenciar el problema de la razón al ser capturada por el proceder mitológico. He aquí también la relevancia de DI para la discusión filosófica contemporánea en torno al paso del mito a la filosofía.

⁷ Al abordar la concepción de ser humano se hará especial énfasis en la naturaleza interna, es decir, en términos freudianos, aquello relacionado con la psique del sujeto: el yo.

En esa línea, Jay (1989) sugiere otra idea principal en DI. Esta es develar las consecuencias de la instrumentalización del ser humano a partir de lo que Horkheimer y Adorno consideran como la continuación de la tradición ilustrada: Marx y Max Weber. Si bien DI ha basado su crítica al capitalismo en los postulados marxianos, esta se problematiza cuando aparece la insistencia en el trabajo como el único modo de autorrealización y transformación de las condiciones materiales del ser humano, debido a que la condición de *homo faber* promueve la reificación de la naturaleza como un espacio para la explotación humana. Las reflexiones de Max Weber en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* acerca del ‘desencantamiento’ del mundo que corresponden con el proyecto ilustrado, si bien desmitifica la razón, al mismo tiempo la transforma en tecnocrática. En consecuencia, la ilustración no hizo más que inducir a la razón a reemplazar al humano por la máquina. La desmitificación de la razón se convirtió en mito y la construcción de nuevos saberes se convirtió en autodestrucción de la subjetividad.

Frente a este escenario de crisis ilustrada, la Escuela se acogió a los escritos de psicoanálisis para radicalizar su propia crítica a la razón en la modernidad. A diferencia de Marx, Freud insistía en el valor de la subjetividad para comprender las dinámicas sociales y económicas (Whitebook, 2019, p. 32). En ese sentido, hubo dos fases de incorporación de los escritos de Freud en estudios de la Escuela de Frankfurt. Una primera fase estuvo marcada por explicar el concepto de dominio aplicado a la política y la economía. Aquí se encuentra un primer estudio sobre la autoridad escrito por Horkheimer, Fromm y Marcuse llamado *Studies on Authority and the Family*. Sin embargo, estos escritos no tuvieron el impacto esperado en la opinión pública. En una segunda fase, los frankfurtianos procuraron adentrarse en la etapa de madurez del psicoanálisis, es decir, cuando Freud empieza a elaborar una reflexión macro acerca del principio del placer, la represión y la cultura.

Producto de aquello, DI se propone ir más allá del materialismo marxiano y, por ende, del proyecto ilustrado. En ese sentido, una pregunta orientadora podría ser la siguiente: ¿cómo actúa lo mitológico en la razón? Aquí, Horkheimer y Adorno acuden a la ley de equivalencia, como aquella que explica el comportamiento de la razón devenida en mitología. En otras palabras:

“Sostuvieron que la ley de equivalencia, -el principio de que todo lo que sucede debe pagar por haber sucedido- era gobernada por el pensamiento mítico, y vieron el principio capitalista de intercambio como la última y más completa instanciación de la ley de equivalencia” (Whitebook, 2019, p. 33).⁸

Un acercamiento a esta cuestión podría ser el principio de realidad que controla al *yo*⁹ para que reprima lo instintivo o la naturaleza interior, pues caso contrario puede conducirlo a la autodestrucción. Por tanto, el *yo* sacrifica su propia complacencia en favor de la vida. Pero ¿Cómo entender el sacrificio que realiza el *sí-mismo*¹⁰ al ser privado de las demandas instintivas? ¿Podría afectar esto a la concepción identitaria del *sí-mismo*? Estas preguntas serán contestadas más adelante al abordar los conceptos de sacrificio e identidad del *sí-mismo*. Mientras tanto, se pasará a explicar la estructura de DI con el fin de comprender cómo se inserta la dialéctica entre mito y razón ilustrada en la modernidad.

Es importante resaltar que el documento sufrió varios cambios y no estuvo completo hasta 1947. Esto debido a las condiciones de exilio y a la incorporación de escritos sobre el antisemitismo (Jay, 1989). Para Entel (2005) DI se divide en cuatro partes. En la primera parte se ubican: *Concepto de Ilustración* y los *Excursus I y II*. Aquí, se ejecuta una retrospectiva sobre los orígenes de la problemática de la razón y su relación dialéctica con el mito. Esto volviendo sobre la relación entre hombre y naturaleza; además de los conceptos de sacrificio, renuncia y dominio. Para esto se recuperaron las obras de *Odisea* de Homero y *Juliette* de Marqués de Sade. La segunda parte consta de la problemática a propósito de la *industria cultural*, donde la razón ilustrada despliega su ideología a través del cálculo y de la técnica. La tercera parte versa sobre el antisemitismo, por ello lleva por nombre *Elementos del antisemitismo*. Esta parte se hace un recorrido desde la sociedad ilustrada hasta la barbarie nazi. Finalmente, se presentan una serie de escritos llamados *apuntes y esbozos*. Aquí, se abordan los conceptos de individuo, libertad y razón crítica. Con el fin de comprender cómo la ilustración promotora de la emancipación se convierte en dominadora y anuladora de la libertad en todas las esferas de la sociedad.

⁸ “They maintained that the law of equivalence – the principle that everything that happens must pay for having happened- governed mythical thought, and the saw the capitalist principle of exchange as the latest and most complete instantiation of the law of equivalence” (Whitebook, 2019, p. 33). Traducción mía.

⁹ Cuando se hable del *yo* también se referirá al *sí-mismo*.

¹⁰ Para Adorno y Horkheimer, el concepto de *sí-mismo* hace referencia al sujeto, a la autoconciencia racional que ordena la sensibilidad y la subordina. *Sí-mismo* es el carácter instrumental del hombre (Facundo, 2017, p. 147). Dicho concepto se abordará en el apartado ¿Astucia de la razón o renuncia de *sí-mismo*?

1.2 Excursus I: Odiseo, mito e ilustración

Antes de presentar algunas ideas respecto al Excursus I, se indagará en algunos pasajes de la *Odisea*, centrando la explicación en la figura de Ὀδυσσεύς y en las implicancias de emprender el viaje de regreso a Ítaca; primero: la pérdida de identidad y segundo: el sacrificio de la naturaleza interior. En la línea de Adorno y Horkheimer, estas implicancias serán útiles para explicar la relación dialéctica entre mito y razón. Mientras tanto, la *Odisea* es una obra épica¹¹ escrita por Homero¹² que data de finales del siglo IX a.C. o del siglo VIII a. C.; compuesta por XXI cantos. El tema central de la obra es el viaje de Odiseo¹³ de νόστος (retorno) a Ítaca después de la batalla de Troya. “El primer tramo de la *Odisea* (cantos I-V) constituye una especie de búsqueda de ese hombre cuya vuelta está en cuestión” (Míguez, 2011, p. 14). Un segundo tramo alude a los cantos IV-XII. Odiseo revela que el νόστος no estuvo exento de limitaciones y adversidades. Finalmente, un tercer tramo va de los cantos XIII-XXIV. Aquí, Odiseo arriba a Ítaca con el fin de recuperar la vida que se le había arrebatado tras viaje a Troya.

1.3 La tesis central: “El mito es ya Ilustración...”

En el *Excursus I*, los autores vuelven sobre la *Odisea*, esto debido a que el conjunto de este documento representa este proceso dialéctico entre mito y razón. El mito no es sino la puesta en marcha del proceso ilustrado, es decir, de la racionalidad instrumental. En DI, la tesis principal de este apartado está compuesta de dos partes. Como ya se explicó en líneas anteriores, solamente se tomará la primera: “El mito es ya Ilustración...” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 56). En esta tesis se constata que lo racional se hace presente en la *Odisea*, como una aplicación de una razón que concuerda con la clase burguesa y, por ende, desplaza cualquier identidad de sí misma. Al aglutinar los conocimientos de la tradición arcaica precedente, procede de manera discriminatoria

¹¹ Es un modo de recitación (canto) de poemas que cuentan aventuras de héroes que se enfrentan a múltiples desafíos donde se presentan la intervención de los dioses. Estos poemas eran recitados por aedos en auditorios llenos de hombres ricos y poderosos (Vidal-Naquet, 2003).

¹² Entre los académicos se debate la posibilidad que no sea uno el autor de la *Odisea*, sino varios. A esta problemática se le llama la cuestión homérica. (Vidal-Naquet, 2003; Adrados et al., 1983). En esta investigación se le atribuye a Homero la autoría de la *Odisea*.

¹³ Se hará uso también del término Ulises.

sobre otras formas de conocimientos. De modo que, Homero construye un poema épico que expresa la disonancia con un tipo de construcción mítica y no con lo mítico en sí¹⁴.

Estudios recientes muestran que existe un problema al momento de plantear lo mítico en los poemas homéricos dentro de la argumentación de Horkheimer y Adorno en DI. De un lado, Solares (2001) considera que los autores de DI confunden la noción de pensamiento y razón. Además, igualan las nociones de mito e ilustración; ubicando estos términos valorativamente en la metafísica. De igual forma, para Zuluaga (2015) se está dejando de lado ciertos elementos que componen el mito, como el origen, el carácter literario – poético, etc. Pues, esta carencia denota una visión unilateral de mito. Sin embargo, estas críticas respecto a la manera en que DI aborda el poema homérico ignoran las implicaciones que suponen la contradicción no asumida por el sujeto en la modernidad. En otras palabras, parece ser que la relectura de la *Odisea*, a la luz de la teoría crítica, sigue siendo relevante para conocer por qué lo mítico no ha sido superado por la razón ilustrada. Al igual que Horkheimer y Adorno, la postura a lo largo de esta investigación será que la propia razón se vuelve contra sí misma al no asumir la negación del mito; por tanto, se produce una dialéctica entre estos términos. En otras palabras:

“Justamente esa negación, sustancia de toda racionalidad civilizadora, es la célula de la irracionalidad mítica que continúa proliferando: con la negación de la naturaleza en el hombre se hace confuso y oscuro no sólo el telos del dominio de la naturaleza exterior, sino también el de la propia vida” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 106).

El telos de la vida humana se vuelve desconocido debido a la sustancia mítica que permanece en la razón. Parece que aquello oscuro y confuso termina por desdibujar no solamente el telos, sino que además hace perder el sentido de aquel *telos*. Así, aquella negación de la racionalidad civilizadora es acompañada por el carácter mítico de su propia naturaleza.

Para explicar lo anterior, en el *Excursus I* se abordan los conceptos de sacrificio y renuncia del sí mismo presentes en la *Odisea*. El poema épico con el mito tiene en común el dominio y la explotación donde el componente indigno que se condena es la mediación y la circulación, pero que al mismo tiempo es el desarrollo del componente digno que se enaltece en el mito: la violencia desnuda. Es sabido que Odiseo es arrastrado

¹⁴ A esto se le puede llamar un ‘dualismo estético’. (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 99)

a muchos lugares y que este se adapta a múltiples situaciones, siempre al borde la muerte. A fin de la autoconservación y corresponder con el designio de los dioses, realiza una serie de sacrificios. Sin embargo, en este caso no existe sacrificio sin engaño, y a su vez, el engaño sin el uso de la astucia. Con la astucia de la razón, Odiseo adquiere un carácter indeterminado de su propia identidad, es decir, renuncia a la identidad de sí mismo. Si bien no pierde el horizonte que es Ítaca, regresará siendo alguien diferente. No obstante, ¿Qué significa que el héroe no regresa a Ítaca, siendo el mismo que cuando salió de allí? El alcance del sacrificio y la renuncia a sí mismo se presentará en el siguiente apartado, estudiando los cantos IX y XII de la *Odisea*. Ambos cantos aluden al encuentro de Ulises y sus compañeros con seres míticos: el cíclope Polifemo y las Sirenas.

1.3.1 El sacrificio ritual de Odiseo

Aunque el sacrificio proviene de una tradición arcaica muy antigua, datada del Siglo VI, a. C., este también se produce de forma inesperada en la lucha por la autoconservación. Aquí aparece la astucia de Odiseo. En el canto IX se explica que, tras salir de la isla de Calipso, Odiseo llega al país de los feacios. En este le cuenta sus aventuras a Alcínoo, rey de los feacios. Le comenta su paso por varios pueblos, algunos menos salvajes que otros. Unos no conocen el don de la hospitalidad como el poblado de Ísmaro donde habitan los cícones; quienes consideran a los aqueos como invasores y se enfrentan con ellos en una batalla a muerte¹⁵. Siendo así que, al final de la batalla son derrotados por los aqueos y al mismo tiempo estos consiguen huir del lugar. En otros pueblos como el de los lotófagos, Odiseo envía una comitiva, quienes:

[...] a poco de emprender el camino, vinieron a dar con los hombres que se nutren del loto y que, en vez de tramarles la muerte, les hicieron su fruto comer. El que de ellos probaba su meloso dulzor, al instante perdía todo gusto de volver y llegar con noticias al suelo paterno [...] ¹⁶

Los lotófagos conocían el don de la hospitalidad que manejaban los aqueos. En este caso, los primeros les ofrecen el alimento cotidiano: la flor de loto (oriental). Esta ayuda para recuperar fuerzas y continuar el camino; sin embargo, su dulzura también ponía en peligro el νόστος a Ítaca. Por ello, “el don homérico de la hospitalidad se halla

¹⁵ Véase Homero: *Odisea*, IX (40-55)

¹⁶ Ídem (90-100)

situado en el medio entre el intercambio y el sacrificio” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 102). El concepto de hospitalidad aparece con el intercambio de palabras, bienes y buenos augurios; y además con la consecución del sacrificio de sí mismo por encima de los propios intereses ¿En qué consistiría dicho sacrificio?

La hospitalidad representa el intercambio de saberes y futuras alianzas. Para los autores de DI, esta noción es recuperada por Homero en la *Odisea* con el fin de mostrar que no hay intercambio sin sacrificio, ni sacrificio sin intercambio. Y ¿Cuál es el objeto intercambiado? El objeto es la violencia. Por ello, al don de la hospitalidad subyacen dos conceptos: sacrificio y violencia. Respecto al sacrificio, se conoce que toda acción ritual que se ejecuta según los planes de los seres humanos engaña al dios al que es destinada. Pero ninguna acción es incólume. La sustitución sacrificial se convierte en el acto de violencia por el cual la víctima se convierte en expiación de la comunidad por las faltas cometidas ante la divinidad.

Esto se ejemplifica en el encuentro entre Ulises y sus compañeros con Polifemo. Al visitar el país de los cíclopes, los aqueos son capturados y poco a poco devorados por Polifemo. Para escapar, Odisea ingenia un plan: embriagar al cíclope y una vez dormido, clavarle una estaca en el ojo. Este cometido tuvo éxito, sin embargo, Polifemo los esperaba a la entrada de la caverna para capturarlos y asesinarlos. Estos se esconden bajo el cuerpo de las ovejas con el fin de no ser detectados por el cíclope¹⁷. Polifemo no logra identificar sus cuerpos, y solamente identifica el lomo de las ovejas. Ha sido engañado por los aqueos. En este episodio, “el engaño tiene así que ver con el desconocimiento: la víctima designada (Ulises y los suyos) ya no es la víctima real, o mejor dicho ya ha dejado incluso de ser víctima” (Baeza, 2008, p. 47). Sin que el cíclope se percate, la víctima real había sido sustituida por una víctima sustituta con el fin de minimizar la fuerza destructiva de Polifemo. A partir de esto se comprende que “el mismo Odiseo actúa como víctima y como sacerdote a la vez. Mediante el cálculo de la propia entrega consigue la negación del poder al que hace esa entrega” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 103).

En el libro *La violencia y lo sagrado*, René Girard (2005) esboza la relación entre sacrificio y la sustitución de la siguiente manera: “la operación sacrificial supone una cierta ignorancia. Los fieles no conocen y no deben conocer el papel desempeñado por la violencia. En esta ignorancia, la teología del sacrificio es evidentemente

¹⁷ Ídem (420-435)

primordial” (p. 15). A esta ignorancia se le llama desconocimiento del acto sacrificial. Es decir, el dios se ve subordinado al fin del ser humano, disolviendo su poder. Así, mientras se sacrifican individuos, el sacrificio es un engaño por su antítesis de individuo y sociedad. El sacrificio no salva por sustitución, sino que la misma institucionalidad es señal de sacrificio. Es un acto de violencia que le sobreviene por igual a los hombres y a la naturaleza (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 104).

Por otro lado, la violencia aparece como herramienta que la comunidad utiliza para canalizar los conflictos y rencillas internas. El papel compensador de la violencia aplicado a la víctima en el sacrificio se corresponde a la proporcionalidad del acto ritual. Ya sea que la víctima sea reemplazada por otra, “es preciso que se le descubra un parecido lo más sorprendente posible con las categorías no sacrificables, sin que la distinción pierda su nitidez” (Girard, 2005, p. 19). En este caso, al tocar el lomo de las ovejas, Polifemo percibe el individuo sacrificado, pero no al ser humano. Es un sacrificio validado por la misma deidad para apaciguar de momento la violencia y la destrucción de su proceder. Por ello, “el sacrificio tiene la función de apaciguar las violencias intestinas e impedir que estallen los conflictos” (Girard, 2005, p. 22). En efecto, la violencia se asemeja a ese *pharmakos* que al ser veneno también se convierte en antídoto durante el acto sacrificial (Baeza, 2008). Es una dualidad que da cuenta de una relación dialéctica entre víctima y victimario; sacrificador y sacrificado. Odiseo es el mismo acto sacrificial y celebrante de la ceremonia. Sin embargo, ¿Qué es lo que verdaderamente sacrifica Odiseo en la escapatoria de las manos de Polifemo? ¿Cómo reconocer en el sacrificio de Odiseo la antítesis de la razón instrumental?

Antes de escapar de la caverna, acontece una conversación que es la anticipación del sacrificio de Odiseo. Odiseo había ideado el plan perfecto: primero embriagaba con vino a Polifemo y luego lo cegaba con una estaca. El héroe inició una conversación con Polifemo en los siguientes términos:

“Toma y bebe este vino, cíclope, una vez que has comido carnes crudas de hombre. Verás qué bebida guardaba mi bajel; para ti la traía si acaso mostrabas compasión y ayudabas mi vuelta al hogar; mas no tienes en tu furia medida. ¡Maldito! ¿Qué seres humanos llegarán después de esto hasta ti? No has obrado en justicia.”¹⁸

¹⁸ Ídem (345-352)

Los tratos de cordialidad que corresponden al anfitrión ahora son otorgados por el huésped; es decir, existe una inversión en los roles de bienvenida: el huésped se convierte en anfitrión y el anfitrión en huésped. ¿Qué sucede después de esto? La violencia contenida en las entrañas del cíclope se mantiene al margen con el vino ofrecido por Odiseo. Esto sirve de excusa para que Odiseo vaya sacrificando la propia identidad en el mismo acto. Nótese que no hay una presentación previa entre los personajes; únicamente cuando Polifemo le pregunta cuál es el nombre de este huésped tan amable. Este le contesta:

“Preguntaste, cíclope, cuál era mi nombre glorioso y a decírtelo voy, tú dame el regalo ofrecido: ese nombre es Nadie. Nadie mi padre y mi madre me llamaron de siempre y también mis amigos.”¹⁹

Frente a esto, el cíclope alega que el regalo de hospitalidad va a ser comerse primero a los demás compañeros y en última instancia a él. El gigante Polifemo busca negar y suprimir las identidades de los demás. “Así, el cumplimiento del decreto mítico, siempre injusto para la víctima, se convierte también en injusto para la fuerza de la naturaleza que funda el derecho” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 117). El héroe actúa con astucia y se cambia de nombre a ‘nadie’. El parecido entre el nombre de Odiseo y ‘nadie’ (Udeis) en griego no es una coincidencia. El nombre otorga identidad; permite reconocer nuestra propia historia personal, cargada de experiencias y proyectos; además, el nombre permite distinguirse de otros. En consecuencia, el nombre otorga identidad y diferenciación entre seres humanos.

“En realidad, el sujeto Odiseo niega la propia identidad que le constituye como sujeto y se mantiene en vida mediante su asimilación a lo amorfo” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 118). Asimilación de lo indefinible, de lo sin-forma de la realidad. En el inicio de la conversación con Polifemo, *Udeis* ha ido negando su propia identidad; ya aparece con una no-identidad. Ya no es nadie, ahora ya no tiene raíces míticas sino más bien instrumentales. En ese sentido, la astucia no es signo de ganancia sino de pérdida. Se ha perdido el origen vital del *sí-mismo* para constituirse en ninguno, pero al mismo tiempo todos. En síntesis, el nombre es de cualquiera, menos del *Selbst* (sí-mismo); la identidad es de cualquiera, menos del portador de esta.

¹⁹ Ídem (364-367)

A partir de esta argumentación, Horkheimer y Adorno (1998) comprenden que, al igual que el ‘sujeto Odiseo’, el sujeto de la modernidad (siglo XX) también ha perdido identidad. No se reconoce la identidad de otros, no discierne su propia identidad como condición de posibilidad de bienestar social. Se pierde en una apuesta colectiva que le lleva a la propia destrucción y a la de los demás. En términos freudianos, el sujeto que se sugestiona a la masa²⁰ ya no es él mismo, sino pura colectividad. En definitiva, el sujeto moderno solamente se reconoce en cuanto astucia de la razón y la identidad de este es puramente razón instrumental.

1.3.2 Astucia de la razón: sujeto y naturaleza interior

Junto con el sacrificio de su propia identidad, Odiseo sacrifica su propia naturaleza interior. Esta naturaleza que se encuentra cargada de instintos y pulsiones. Aparece la oportunidad de escuchar e integrar las propias pasiones que son parte de la naturaleza humana. En el canto XII, Circe (la hechicera) le advierte de los peligros en las travesías por el *ponto* (mar), no solo perderá compañeros, sino también a sí mismo. Circe le advierte sobre las Sirenas²¹:

“Lo primero que encuentres en ruta será a las Sirenas, que a los hombres hechizan venidos allá. Quien incauto se les llega y escucha su voz, nunca más de regreso el país de sus padres verá ni a la esposa de regreso [...] Tú cruza sin pararte y obtura con masa de cera melosa el oído a los tuyos: no escuche ninguno aquel canto; sólo tú lo podrás escuchar si así quieres, más antes han de atarte de manos y pies en la nave ligera. Que te fijen erguido con cuerdas al palo: en tal guisa gozarás cuando dejen oír su canción las Sirenas.”²²

Escuchar sus cantos podría ser mortal, por ello, Odiseo exhorta a sus compañeros a ponerse cera en los oídos mientras se transita frente a las Sirenas. Sin embargo, él desea

²⁰ En el estudio sobre psicología de masas, Freud (1992) recupera el concepto de sugestión acudiendo a Le Bon, un importante sociólogo y físico francés del siglo XIX. Sus estudios priorizan el comportamiento grupal y social. Le Bon señala varias actitudes del sujeto dentro de una masa. Una de estas es la sugestión de que cuando el individuo es movilizad por el sentimiento colectivo (masa) y realiza actos que al estar solo no haría. Véase en *Conferencia Psicología de masas y análisis del yo* (1921).

²¹ La palabra Sirena (*seirén*) parece relacionarse con soga (*seirá*), en ese sentido las sirenas serían “las que atan”, estas pretenden atar a los sujetos que las escuchan al conocimiento del pasado. (García, 2014).

²²Ídem XII (39-52)

escuchar el canto de las Sirenas. Inmediatamente, el deseo conduce a la norma. La norma es si alguien desea escuchar el canto debe ser atado al mástil y no ser soltado hasta dejar de escuchar el canto. De un lado, escuchar el canto de las Sirenas es escuchar su historia; a la propia naturaleza instintiva, pidiendo ser reconocida. De otro, el carácter mítico-jurídico señala que no es adecuado dejarse llevar por el canto (instinto), pues este podría ocasionar una muerte segura. Junto al deseo de escuchar la propia naturaleza aparece el sentido jurídico del saber mítico:

“Él (Odiseo) satisface la norma jurídica de tal forma que ésta pierde poder sobre él en el momento mismo en que él se lo reconoce. Es imposible oír a las Sirenas y no caer en su poder: no pueden ser desafiadas impunemente” (Horkheimer y Adorno, 1998, p. 110).

Es sabido que la naturaleza instintiva no desea tregua, sino venganza, es decir, desea reconocimiento. La astucia no puede contener aquello que es negado y luego olvidarlo así sin más. El sí-mismo se tiene que enfrentar sin armas en la batalla contra lo instintivo. Odiseo ha burlado de manera reiterada a la propia naturaleza, y además el propio destino mítico que clamaba por ser reconocido. Ha desplegado su astucia burlando la ley que dictamina un intercambio por supresión del sacrificio humano (Whitebook, 2019, p. 34). Pero no existe tal intercambio. En esta instancia, el héroe ha renunciado a lo poco que le quedaba conciencia sobre lo instintivo; tras haber renunciado a sí mismo, ahora le queda la razón instrumental.

Por otra parte, ¿qué significa permanecer atado al mástil? Permanecer atado al mástil es confiar en que la razón terminará por dominar las fuerzas de la naturaleza. Además, es sentirse frágil y limitado frente a lo que pueda provocar en el sujeto aquel canto de las Sirenas. Si bien el sujeto pretende auto-controlarse frente a este nuevo evento interno, esto no es posible, pues “Odiseo reconoce la superioridad arcaica del canto en la medida en que, ilustrado técnicamente, se deja atar” (Horkheimer y Adorno, 1998, p. 111). Atándose se auto-controla. A partir de aquí, se constituye un sujeto con tendencias represoras de sí mismo ¿A qué clase de sujeto hace referencia esta afirmación?

Primero, a lo largo del texto se ha hecho referencia al término *sí-mismo*²³ como aquella identidad del sujeto racional. De esta manera lo entendían Adorno & Horkheimer en DI. Para Adorno, sobre todo, el sí mismo es la dimensión racional compartida por la

²³ “Adorno y Horkheimer llaman 'sí-mismo' al sujeto, autoconciencia racional que ordena la sensibilidad y la subordina. Sí-mismo es el carácter idéntico, instrumental, viril del hombre” (Facundo, 2017, p. 142).

humanidad. Por tanto, el sí mismo es el sujeto racional. En el caso de Odisea, este es el sujeto atado al mástil (Odiseo). Facundo (2017) propone la existencia de una teoría del sujeto en DI que tiene como punto de partida el psicoanálisis. Si bien mucho de lo expuesto en el *Excursus I* se aborda desde la psicología de masas, Adorno reflexiona el sujeto también como aquel que es capturado por la naturaleza interna. En otras palabras, el sujeto entra en conflicto con la propia naturaleza. “La concepción del sujeto de Adorno remite a la unidad y separación, de distancia y continuidad, entre el yo y la naturaleza” (p. 138).

Esta continuidad y distanciamiento se puede apreciar a partir de los estudios de Freud (1992) acerca del *principio de placer*. En estos se evidencia un interés por comprender la vida anímica del ser humano. El principio del placer toma un papel preponderante en la regulación de la vida anímica, sin embargo, no toda la regulación le corresponde a dicho principio. También existe el *principio de realidad*, “que sin resignar el propósito de una ganancia final de placer, exige y consigue posponer la satisfacción, renunciar a diversas posibilidades de lograrla y tolerar provisionalmente el displacer en el largo rodeo hacia el placer” (p. 10). A partir de esto se comprende que la vida anímica tienda más a eventos placenteros que displacenteros²⁴; pues a estos últimos le corresponde mayor excitación que no ha sido liberada, mientras que en los primeros se ha liberado la excitación y, por tanto, hay una reducción en esta. En el sujeto, todos estos eventos se almacenan en el inconsciente y muchos de los comportamientos conscientes están relacionados con lo inconsciente. Como resultado, “no es posible, en el marco freudiano, imaginar un «sujeto soberano» centrado en sí o capaz de una autonomía completa en relación consigo mismo” (Facundo, 2017, p. 141).

En el canto XII de la *Odisea*, Las Sirenas representan aquello (naturaleza interior) que el ser humano no puede controlar y esto hace dependiente a Odiseo de que lo aten para no caer en el desafuero de las pasiones. El ser atado está relacionado primero con una renuncia a sí mismo como responsable de su cuerpo, y segundo con una racionalidad que se recoge en la tradición normativa. Lo primero es que Odiseo es amarrado por fuerza de otros, renunciando a su autocontrol frente al canto de las Sirenas. Lo segundo es que aquella tradición que se transmite en boca de Circe como la regla de no ser desatado hasta dejar de escuchar el canto; convierte a Odiseo en la antípoda de la

²⁴ “El displacer corresponde a un incremento de esa cantidad, y el placer a una reducción de ella.” (Freud, 1992, p. 8)

ilustración, debido a que recoge una tradición de recursos racionales con el fin de controlar las propias pasiones.

A pesar ello, el *yo* sigue dominado por fuerzas que van más allá de sus cálculos. “Jamás puede comprender él mismo la lucha física con las potencias míticas que continúan existiendo exóticamente. Más bien de reconocer como dados los ritos sacrificiales en los que cae una y otra vez: él no es capaz de romperlos” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 108). La suerte de Odiseo no ha sido la misma de los que han pasado frente a las Sirenas, algunos han tenido que padecer y morir en el intento de escuchar a la propia naturaleza²⁵. Aquello denota que no siempre se puede escuchar el llamado de la naturaleza interna sin pagar un precio por aquello. Este precio es la renuncia a sí mismo, de cierta forma Odiseo también lo hace en el momento que se atreve a escuchar. Lo que sucede es que tiene compañeros (amigos) precavidos ante tal situación, puesto que no se reconoce al pedir que lo desaten para ir a escuchar más de cerca a las Sirenas. En consecuencia, al igual que Odiseo, el sujeto ilustrado mantiene las ataduras de la no-identidad y la renuncia a reconocer que aquella naturaleza interior es parte del accionar consciente de la persona.

En cuanto a lo primero, no ser reconocido por un comportamiento contrario al esperado por la razón denota no-identidad, es decir, permanecer sin ser identificado. Por eso, los compañeros que van en la embarcación hacen caso omiso a las palabras de Odiseo de que lo desaten. En términos psicoanalíticos, el dominio absoluto lo mantiene el *principio del placer*, mientras que el *principio de realidad* está relacionado con los compañeros de la embarcación. Lo segundo está vinculado con lo primero. La pérdida de la identidad es la renuncia a reconocer que aquella naturaleza interior actúa con mucha más fuerza de la que se esperaba. No se puede calcular la fuerza de naturaleza interior, por eso Odiseo es atado al mástil porque caso contrario se podría dejar conducir hacia la muerte. Por tanto, existe una dialéctica entre sujeto y naturaleza; en donde la relación con el exterior (mundo objetivo) es mediada también por lo interior del sujeto. “No hay posibilidad de encontrarse con datos simples no mediados por el sujeto y sus mecanismos” (Facundo, 2017, p. 145).

Hasta aquí, la astucia de la razón se ha visto probada a lo largo de la *Odisea*. En el encuentro con los seres míticos, la astucia de Odiseo ha sabido esquivar la muerte. Sin

²⁵ Ídem XII (44-46)

embargo, las preguntas van a estar en cómo queda el sujeto después de estos encuentros; cuál el sujeto resultante de la astucia racional. El fin es saber si el *logos* (razón) en su afán de liberarse del *mythos* no devino más bien en una nueva fase mitológica. Y a su vez, el *mythos* no se volvió contra el *logos* a causa de no ser reconocida por este. ¿Cómo se mitologiza la razón?

1.4 La razón mitologizada

A lo largo del viaje de Odiseo se pone a prueba la astucia de la razón. Como ya se ha ido presentando, el sujeto pasa por una serie de pruebas mitológicas que lo enfrentan a la muerte y, asimismo, la razón logra esquivar astutamente. Sin embargo, también aquello implica sacrificios. El primero es la pérdida de identidad²⁶ entre el hombre y la naturaleza. Si bien el viaje vuelve al sujeto idéntico a sí mismo, es decir, capaz de imponerse a las pasiones (Facundo, 2017, p. 142), esa identidad está relacionada con la razón calculadora. A lo largo del canto IX, Odiseo se encuentra en el descubrimiento de nuevas tierras, en una de aquellas se encuentra con el cíclope Polifemo. Al salir de aquí, *Udeis* (nadie) se desprende de su nombre, de lo que le otorga identidad, para adquirir un carácter impersonal. El sujeto moderno ya no es identificable a simple vista; su identidad es anónima y se pierde en medio de la masa. Al igual que *Udeis*, el sujeto moderno que reflexiona sobre su vida, no se encuentra al sí mismo (*Selbst*) sino que ha sacrificado el *Selbst* para entregarse a la euforia colectiva.

En la película *Zelig* (1983) de Woody Allen. El personaje principal es Leonard Zelig. Este es un hombre judío, residente en los Estados Unidos en la primera mitad del siglo XX, que cambia física y mentalmente según la condición social en la que se encuentre. Desde ser parte de la comunidad de asiáticos hasta imitar en el saxofón a un intérprete de una banda de jazz. Lo curioso es que empieza a ser un problema para el sistema norteamericano por suplantación de identidad, prejuicios contra los bienes públicos, etc. Algunos estudiosos, como la psicoanalista y doctora Eudora Fletcher, consideran que Zelig tiene un problema psiquiátrico y, por ende, debe llevar un tratamiento especial. Finalmente, con la ayuda de la doctora Fletcher, Leonard Zelig logra

²⁶ Esta hace referencia al reconocimiento del *yo* como proveniente y parte de la naturaleza, pero también con la necesidad de separarse de esta. Es una relación de inmanencia y distancia entre sujeto y naturaleza (Facundo, 2017).

eliminar por completo la condición 'camaleónica'. Al igual que Odiseo, Zelig convierte la astucia en renuncia a la propia identidad. El retorno al sí mismo presenta modificaciones; el sujeto vuelve cambiado. En consecuencia, el proceso de maduración de la razón implica quedarse con lo mejor de otros e ir más allá de la copia de otro; es una razón mitologizada.

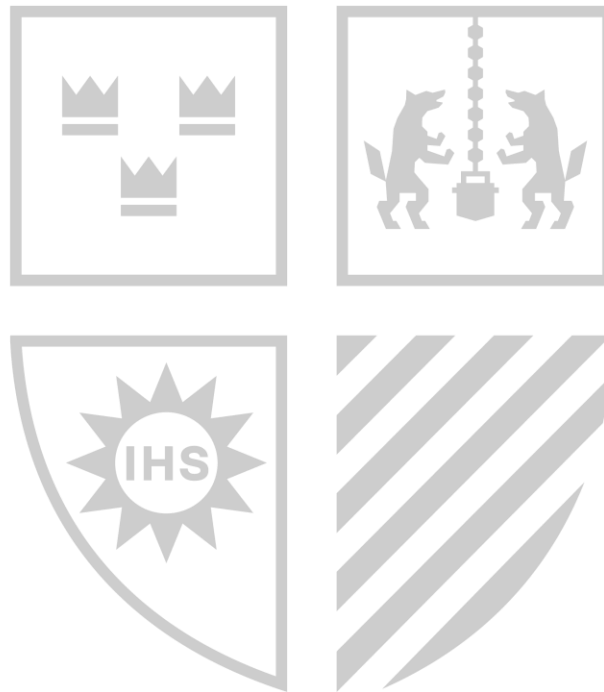
El segundo sacrificio es el que realiza el sujeto con naturaleza interior. No basta con perder la identidad, también renuncia a reconocer e integrar las pulsiones como parte de *yo*. Cuando Odiseo deja de escuchar el canto de las Sirenas, ha superado aquello de la naturaleza interna, como las pasiones en favor del *nostos* a Ítaca. El *logos* ha salido bien librado del encuentro con lo mitológico gracias a la astucia asistida de la tradición y la historia. Pero, aquello no significa que la propia naturaleza no se vuelque contra la razón en una próxima ocasión. Cabe resaltar que las Sirenas son escuchadas, pero también engañadas; ya que Odiseo no se entrega por completo al deleite intemporal del canto. En otras palabras, el *yo* renuncia a dejarse llevar por el principio del placer para ser confrontado por el principio de realidad que es la continuación del viaje.

Frente a esto, aparece aún queda una pregunta por resolver: ¿Qué les ocurre a las Sirenas después de que la nave haya desaparecido de la vista? Homero no habla más de las Sirenas; debido a que lo importante del episodio es que Odiseo salga ileso de dicho encuentro. Aquella naturaleza interior, representada en las Sirenas, sigue esperando con paciencia el momento oportuno para enfrentarse y confundir a la razón. Sin embargo, la astucia de la razón sigue separando al sujeto de aquello que también lo constituye. En otras palabras:

La fórmula de la astucia de Odiseo consiste en que el espíritu separado, instrumental, en la medida en que dócilmente se pliega a la naturaleza da a ésta lo que le pertenece y de este modo la engaña. Los monstruos míticos en cuya esfera de poder cae representan siempre, por así decirlo, contratos petrificados, derechos de los tiempos prehistóricos. (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 109)

No obstante, el contrato de lo mitológico también lleva fecha de caducidad. Y la razón está obligada a saber de aquello. La construcción de un sujeto que reprime puede conducir a la razón a verse envuelta en contradicción con incapacidad para resolverla. Pretende renunciar a sí mismo con el fin de superar el estado mitológico, pero tal superación se vuelve en una antítesis que reclama el reconocimiento. Ante esto, ¿cómo reconstruir la propia identidad? ¿Cómo hacer que el sujeto recupere el *Selbst* y se

reconcilie con su propia naturaleza? Estas preguntas serán contestadas a lo largo del tercer capítulo. Mientras tanto, en el segundo capítulo se continuará estableciendo la relación entre *mythos* y *logos*, esta vez en la acepción: *palabra*, abordando el origen del mito, la relación con el lenguaje, para así arribar al concepto de *industria cultural* como explicación del momento regresivo del proceso ilustrado y de negación del sujeto.



CAPÍTULO II: MYTHOS Y LÓGOS: LA «PALABRA» EN EL MITO

“El alegato en favor del *mythos* nunca se puede desvincular de la afirmación del *logos* como parte imprescindible de la expresividad y de las acciones de los humanos. Porque, efectivamente no se debería olvidar jamás que el *logos* también pertenece intrínsecamente a la sustancia humana” (Duch, 2002, p. 15).

En el capítulo I se desarrolló la tesis de que existe una relación dialéctica entre mito y razón a partir de los aportes de Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración*. En ese sentido, el estudio de la *Odisea* evidenció la incidencia de lo mitológico en la construcción de la razón moderna; esta es instrumental, puesto que pierde el sí mismo (identidad) y además expresa incompreensión hacia la propia subjetividad. Por ende, el *logos* (razón) se entiende capturado por la dinámica del *mythos*; no obstante, ¿Cuál es la senda para arribar a una reconciliación entre *mythos* y *logos*?

En este segundo capítulo se expondrá la antítesis de la relación entre mito y *logos* (razón) mediante la recuperación del otro significado de *logos*: palabra. El capítulo se dividirá en dos partes. La primera parte constará de una aproximación al origen del *mythos* griego y su relación con la «palabra. Además, se indagará en la discusión entre dos posiciones respecto al paso del *mythos* al *logos*²⁷. La primera afirma la existencia del paso del mito al *logos*, puesto que sin que aquello no habría el desarrollo de la filosofía y de la ciencia. La segunda afirma que no existe la separación entre el mito y el *logos*, sino que más bien existe una realidad dialéctica entre estos elementos. En esta parte se defenderá

²⁷ En este capítulo se hará uso del concepto de *logos* en el sentido de palabra o lenguaje.

la segunda posición debido a que guarda relación con la propuesta dialéctica de Horkheimer y Adorno en DI.

Por otro lado, la segunda parte indagará en la relación entre el mito y lenguaje en la actualidad. El mito es una narración acerca de una realidad compartida y se transmite oralmente. Si esto es así, entonces el mito comparte el lenguaje y crea el suyo propio. ¿Cómo entender esto? Para responder a esa pregunta se apelará a las reflexiones de Horkheimer y Adorno en el capítulo *Industria Cultural* en DI, donde muestran la incidencia de los medios de comunicación masiva (redes sociales) en las personas. La industria cultural ha construido una «palabra» mitologizada y convertida en producto para las masas. Ante esto surge la pregunta ¿Cuál es la actualidad del mito en la sociedad contemporánea? Para responder a esta pregunta primero hay que volcar la reflexión filosófica hacia el *mythos* griego. Por ello, en el siguiente apartado se abordará el origen del *mythos* griego y su relación con el *logos*.

2. 1 Origen del *mythos* griego y su relación con *logos* (palabra)

En la concepción griega de los siglos IV y V a. d. C., $\mu\acute{\theta}\omicron\varsigma$ ²⁸ significaba leyenda, discurso o expresión de aquella realidad que se manifiesta de forma inmediata. Además, era una narración acerca de la intervención de seres sobrenaturales (titanes, dioses, etc.) en el mundo (Barceló, 2018; Fernández, 1984; Gadamer, 1997; Vernant, 2003). La razón de esta intervención se enmarca en la siguiente afirmación: en épocas prehistóricas el hombre era atrapado por lo inconmensurable y contingente de la naturaleza; para responder a aquello, este construyó las imágenes de entidades sobrenaturales que serían el origen de esa contingencia en la naturaleza. Por tanto, los *mythoi* son discursos que muestran las relaciones que mantienen las entidades sobrenaturales con los fenómenos de la naturaleza exterior.

Asimismo, Grimal (1991) en *La mitología griega* concibe el *mythos* como la narración épica que se opone al *logos*. Si bien el *mythos* es la palabra que narra, el *logos* es el que otorga razones a lo que sucede en el mundo. A pesar de ello, la narración mítica

²⁸ “Proviene del griego y significa mito. Narración maravillosa situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico.” Extraído de: <https://dle.rae.es/mito>

se compone de palabras que otorgan otro significado a la realidad. Entonces, se comprende que el *mythos* contiene *palabra*, pero ¿Qué tipo de palabra? Para responder a esta pregunta, el autor señala dos características de la palabra en los *mythoi*: primero, el mito expresa las creencias religiosas de los griegos y segundo, el mito se ha integrado en todas las actividades del espíritu: artes plásticas, letras, etc. Por un lado, al *mythos* subyace el componente religioso debido a la inclusión de deidades en las narraciones míticas; esto se comprueba mediante los templos erigidos a los dioses y los ritos de veneración a los mismos. Los cultos a las deidades olímpicas eran motivos de peregrinación y devoción de muchos helenos. Por otro lado, el *mythos* da inspiración para diversas prácticas artesanales. Los mitos fueron plasmados en artículos de uso cotidiano como vasijas, vasos, etc.; y sobre todo en la literatura griega. “No hay ningún ámbito del helenismo, sea la plástica o la literatura, que no recurra a él constantemente” (p. 11). Las referencias de los mitos en el lenguaje helénico eran el sello de identidad griega. Todo esto genera como resultado: el *mythos* como palabra que se vuelve una experiencia y expresión de aquello subjetivo y colectivo que habla del mundo.

Por otro lado, Blumenberg (2004) en *El mito y el concepto de realidad* habla más bien del origen de los mitos mediante dos categorías: el terror y la poesía. La primera comprende el mito como la expresión de pasividad frente a lo inconmensurable de la realidad. El autor acude a la concepción freudiana de la protohistoria del hombre²⁹ para explicar el término terror en el mito. Sin embargo, el terror también se comprende con mayor profundidad recurriendo a DI, donde Horkheimer y Adorno ejemplifican el terror reflexionando sobre el canto XII de la Odisea. Aquí se presenta a Odiseo y sus compañeros cuando se encuentran con las Sirenas. Existe una advertencia de Circe hacía los navegantes: no deben escuchar el canto de las Sirenas. El temor a la muerte motiva a Odiseo y compañeros a tomar precauciones: taparse los oídos (compañeros) y amarrarse (Odiseo). En otras palabras, es “el temor de perder el sí mismo, y con él la frontera entre sí y el resto de la vida, el miedo a la muerte y a la destrucción se halla estrechamente ligado a una promesa de felicidad por la que la civilización se ha visto amenazada en todo instante”. (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 86). El terror es la condición humana que devela el miedo a enfrentarse a la propia fragilidad y, en última instancia, a la muerte

²⁹ La concepción freudiana de la protohistoria del hombre no requiere de un desarrollo particular en este capítulo. Se ha mencionado el término en alusión a la inclusión de Blumenberg en el texto *El mito y el concepto de realidad* para explicar el concepto de terror.

propia. La segunda categoría hace referencia al mito como expresión poética. Esto tiene que ver con una concepción romántica y estética de lo que implica el mito. El autor cita a Friedrich Schlegel, quien considera la mitología griega como una floración primera de la joven fantasía, es la autonomía primeriza de una libertad esencial para el hombre. Por tanto, ambas categorías concuerdan en que el mito es la expresión de la naturaleza en el sentido griego (*physis*³⁰). En el caso de la expresión de terror está relacionado con el desconocimiento de la naturaleza y, por otro lado, la expresión poética que lleva a crear un lenguaje que cuenta fantásticamente lo que acontece en la naturaleza.

En consecuencia, tanto Grimal (1991) como Blumenberg (2004) coinciden en que el origen del *mythos* griego tuvo impacto y se desarrolló en el ámbito de las ciencias del espíritu. Sin embargo, Blumenberg (2004) amplía la comprensión del origen de los mitos, presentando al mito como una forma mucho más desarrollada del lenguaje humano. Ante esto, el mito se compone del carácter mágico e imaginativo que muestran un modo diferente de establecer la relación entre el *logos* y el *mythos*. Ese modo diferente es la relación con un logos o palabra que hacen del ser humano un ser racional capaz de imaginar y de crear un lenguaje que expresa el mundo.

Estos alcances indican el sentido cultural del *mythos*, sin embargo, aún falta develar el sentido filosófico de la relación entre palabra y *mythos*. Los mitos griegos llegan a nuestros días por medio de relatos concretos y no, como la filosofía de manera conceptual y reflexiva (Ferry, 2009). Con esto, se refuerza la noción de que el logos usado por los mitos tiene que ver más con la palabra que con la razón. Por otra parte, estos relatos contienen una explicación acerca del mundo. Para esto, se aplicaban analogías extraídas del mundo de los hombres, especialmente en lo que se refiere a sus orígenes (teogonías), tal como se puede apreciar analizando las obras de Homero y Hesíodo (Zapata, 2009, p. 118). Por tanto, se comprende que los mitos contienen un logos, en calidad de palabra, sin embargo, aquello también implica un proceso que conjuga la mirada humana del mundo y de sí mismo en relación con aquel mundo. De un lado, la palabra en el mito se aproximó al relato general del mundo. De otro, el mito también

³⁰ Del griego φύσις, *physis*. Procede de la raíz indoeuropea *bhû* que en sánscrito significa nacer, producirse algo, brotar, o como sustantivo: lugar, estado. En este sentido puede traducirse por naturaleza -del latín *nascor*- que también significa nacer, genera.” Extraído de: <https://encyclopaedia.herdereditorial.com/wiki/Physis>.

utilizó la palabra para mostrar la relación entre el sujeto y el mundo. ¿Cómo se entiende esto?

Antes que nada, las obras de Homero y Hesíodo son evidencia de la respuesta que los griegos de aquella época daban a las preguntas: ¿Cómo se originó el mundo? ¿De dónde proviene el ser humano?, y, por último, ¿Cuál es la relación entre el ser humano y el mundo que lo rodea? Siendo conscientes de ello, los helenos habían plasmado en un lenguaje escrito tomando los relatos orales que eran transmitidos de generación a generación. Por ejemplo, al hablar del origen del mundo, la teogonía de Hesíodo cuenta este con una invocación a las musas y de acuerdo al nacimiento de los dioses:

“En primer lugar existió el Caos. Después Gea la de amplio pecho, sede siempre segura de todos los Inmortales que habitan la nevada cumbre del Olimpo. [En el fondo de la tierra de anchos caminos existió el tenebroso Tártaro.] [...] Gea alumbró primero al estrellado Urano con sus mismas proporciones, para que la contuviera por todas partes y poder ser así sede siempre segura para los felices dioses. También dio a luz a las grandes Montañas, deliciosa morada de diosas, las Ninfas que habitan en los boscosos montes. Ella igualmente parió al estéril piélago de agitadas olas, el Ponto, sin mediar el grato comercio.”³¹

Gea (tierra) es el origen de todo lo existente en el mundo. Junto con Urano (cielo) engendran a los demás elementos presentes en la realidad. Nada podía ser distinguible; había materia, pero no estaba dada la forma para esa materia. En el origen existió el *χάος* (Caos), no obstante, Gea forma la materia en el mundo lleno de este caos. La tierra es la madre de todo y todos. En consecuencia, el *mythos* es origen y produce el origen.

Con la *Teogonía*, Hesíodo ha mostrado la cosmovisión griega del origen del mundo. Aquí, el tratamiento del logos ya comienza a abordar los mitos como un tipo de expresión. En ese sentido, la cosmogonía aborda lo externo al sujeto: el mundo circundante. Aún falta por averiguar cómo el ser humano se relaciona con el mundo que lo rodea y en qué influye aquello en el sujeto.

Al respecto, se puede acotar que la manera más humana de comunicación y creadora de imágenes del mundo ha sido el lenguaje. En la *Odisea* los mitos ya suponen el conocimiento de los lectores, el mundo de los dioses y este mundo se codifica mediante un lenguaje. Lo que se codifica son los símbolos y estos construyen una realidad

³¹ Véase Hesíodo: *Teogonía*, (117-131)

compartida (López, 2020). Estos símbolos se observan en el canto I, donde los dioses Olímpicos deciden hacerse cargo de los asuntos humanos; intervienen para que Odiseo salga de la isla Ogigia, donde era retenido por la ninfa Calipso. La intervención de los Olímpicos en el destino de este personaje se debe a la petición de Atenea, diosa de la sabiduría (razón). Atenea no puede ignorar la nostalgia y tristeza presentes en el héroe, ante lo cual dice:

“[...] a mí el corazón se me parte pensando en Odiseo, infeliz, que hace tanto padece de miles trabajos, alejado de todos los suyos y preso en la isla que circundan las olas allá en la mitad del océano. En sus frondas habita la diosa nacida de Atlante, el astuto malvado que intuye los senos marinos y vigila las largas columnas, sustento del cielo. Ella es quien le retiene penando y lloroso [...]”³².

El héroe no es olvidado por la razón debido a que ha sido un hombre fiel a los designios de los dioses. No es lógico que un hombre con tal cantidad de saber sea infeliz y fracase en su vida (Míguez, 2013). La irrupción de Atenea en el destino de Odiseo denota la búsqueda de un equilibrio en el orden de las cosas. De un lado, acompañando al héroe en cada aventura de regreso a Ítaca y de otro lado, contrarrestando la ὕβρις³³ de los pretendientes en casa de Odiseo, orientando a Telémaco, hijo de Odiseo; quien busca información acerca de su padre. En consecuencia, Odiseo es un hombre acompañado por una razón que es lenguaje y un lenguaje que es razón. No se entiende la totalidad de la figura de Odiseo sin la alusión a estos elementos.

A partir de aquí, surge la discusión sobre si es cierto que se produjo un paso del mito al logos tomando un rumbo más filosófico o pre-científico. O si más bien el mito siempre estuvo junto al logos, otorgando forma a la realidad. En el siguiente apartado presentaré ambas posiciones. Sin embargo, la segunda posición es la que se defenderá a lo largo del capítulo, mostrando su relevancia para una reconciliación entre el mito y la razón.

2. 1.1 El paso del mythos al logos

³² Homero: Odisea, I (45-55).

³³ “Proveniente del griego y significa desmesura, todo lo que sobrepasa una justa medida, orgullo, soberbia.” Extraído de: <http://etimologias.dechile.net/?hybris#:~:text=Es%20la%20pura%20transcripci%C3%B3n%20del,estilo%20de%20la%20mentalidad%20judeocristiana.>

La oralidad fue el medio de transmisión de los mitos de una generación a otra en Grecia hasta antes de los siglos IV y V a. d. C. Con el advenimiento de la escritura, las palabras fueron transformando los relatos míticos en algo más que solo poesía; los mitos contaban el origen y la relación de los seres humanos con los fenómenos naturales. Sin embargo, la primera posición muestra que la etapa mítica se ve superada por el pensamiento racional con el lenguaje vuelto escritura. Para autores como Cassirer (2004) con Sócrates y con los sofistas se inicia una cruzada en contra de los mitos con la pretensión de humanizar el pensamiento. ¿Cómo se entiende aquello? “El hombre, dice Protágoras, es la medida de todas las cosas. Este principio es igualmente válido, en cierto sentido, para los sofistas y para Sócrates” (p. 68). La argumentación articulada de un discurso llevaba a que las palabras ya no hagan referencia a un mundo intangible, como lo eran el divino, sino más bien a lo real que se podía palpar o evidenciar en la realidad.

En esa misma línea, Guzmán (2011) considera que hubo una transición del mito al logos que se ejemplifica en que la noción del desplazamiento de un mundo divinizado como era el griego, a la noción de un mundo desencantado. Cuando el logos “se le traduce como ‘trazo’, escritura; cuando se le convierte en literatura” (p. 140), se busca más la correcta articulación de las frases y argumentos que la referencia a seres divinos. Además, con la aparición de pensadores posteriores con los sofistas o el mismo Sócrates, el mito fue desacreditado. Es decir, “la irrupción de la sabiduría socrática representa el desplazamiento del ego mítico hacia la disposición del ego moral, en cuanto agente organizador del conocimiento, la práctica socio-histórica y la reforma del ser humano” (p. 143).

Por otra parte, Vernant (1973) había hecho énfasis en esta transición del mito al logos afirmando que el pensamiento articulado y coherente dio origen a la filosofía en Grecia. “Más que de un cambio de actitud intelectual, de una mutación mental, se trataría de una revelación decisiva y definitiva: el descubrimiento de la razón” (Vernant, 1973, p. 334). Asimismo, Zapata (2009) continuó argumentando a favor de la noción de que la filosofía y la ciencia surgieron del despojo de elementos mítico y fantástico. Y esto se puede apreciar en la construcción mítica. Se dice que el dominio sobre la adivinación se lo atribuye al Dios Apolo, cuya veneración es la celebración de la sabiduría, es decir, del conocimiento. “Así, podría decirse que la búsqueda del conocimiento deriva del culto a Apolo, pero antes, la ‘manía’ es el origen de la sabiduría” (p. 120). Sin embargo, también

estas disciplinas se ven separadas. La ciencia se queda como el saber que experimenta con la realidad y la filosofía se ocupa del propio saber por amor a la sabiduría.

Hasta aquí, los autores de la primera posición demuestran que el pensamiento humano progresa en el instante que superó el discurso mitológico y pasó al discurso lógico y científico. Sin embargo, al igual que el discurso racional, el discurso mitológico también cuenta con una propia verdad sobre la realidad. La primera posición ignora que lo mítico no desapareció de la argumentación racional, sino que se convirtió en otra forma de verdad. En las siguientes líneas se explicará un poco más de la segunda posición, afirmando favorablemente a la relación permanente entre el *mythos* y el *logos*.

Los autores de la segunda posición fijan su atención en el sentido de verdad del *mythos*. Para estos lo principal no es el pasó del *mythos* al *logos*, sino que el mito mantuvo la verdad en su relato frente a la verdad relatada por la razón. Si bien el *logos* mantiene un tipo de verdad ligado al cálculo y la coherencia lógica, parecería que esto mismo se le exigió al mito. ¿Es posible exigir lo mismo al mito? Y si no es así, entonces ¿Qué tipo de verdad se le corresponderá al mito? Al respecto, Madrid (2011) realiza una revisión de la oposición entre el discurso mítico y el discurso racional; luego expone cómo es que el discurso mítico adquirió el carácter de falso y finalmente argumenta a favor de un modo de verdad presente en el mito. Esbozaré algunas ideas principales de estos dos últimos puntos: el discurso mítico como falso y un modo de verdad en el mito.

En primer lugar, ¿cómo adquirió el mito el carácter de falsación? De acuerdo con Gadamer, en *Mito y Razón*, la causa de la falsación del mito es doble. La primera se debe al factor religioso. Tanto el judeocristianismo como el Islam presentan los libros o escritos religiosos “no como una recopilación de leyendas (aunque contenga narraciones míticas), sino como un documento escrito que ha sido revelado y fijado en ellas, y que presentan una pretensión de validez absoluta, puesto que narra la palabra de Dios” (Gadamer, 1997, p. 32). La revelación plasmada en el texto sagrado es algo a lo que los mitos griegos no acudieron para construir los relatos sobre los dioses y el origen del hombre. Por tanto, la religión transmitió una actitud de descarte de aquello que no se encuentre justificado por una autoridad religiosa o por el fenómeno de la revelación.

En esa línea, la segunda causa se desprende de la primera. La segunda mantiene esa actitud de descarte de aquello que no sea compatible con las reglas de la ciencia y de la razón. Esta segunda causa es el proceso histórico y cultural de la Ilustración. “El

pensamiento ilustrado concibe al mito justamente como todo lo contrario de aquella explicación racional del mundo y, por lo tanto, la explicación científica intentará disolver toda respuesta que provenga de esa área” (Gadamer, 1997, p. 30). En consecuencia, con la Ilustración, el modo de proceder científico y racional mantiene la oposición al mito heredado de la religión. El mito no tiene la validez necesaria para considerarse como un conocimiento consistente acerca de la realidad.

En segundo lugar, Madrid (2011) recurre a Nietzsche en *Sobre verdad y mentira en el sentido extramoral*. La idea central se encuentra en la crítica al pensamiento racional y científico como carente del conocimiento en sí del mundo. El lenguaje ha sido siempre arbitrario al momento de decir algo sobre las cosas del mundo. Ejemplo de aquello es la palabra ‘hoja’ que hace referencia a lo que reviste de colores y formas a los árboles. ¿Por qué se le llama hoja a algo que tiene diversas características y que varía de árbol a árbol? En tal caso se debería conceptualizar también las variaciones que presentan en cada árbol. Sin embargo, el concepto ‘hoja’ se vería envuelto en una extrañeza conceptual que la mente humana no aceptaría. Por ello, al utilizar la palabra ‘hoja’, la mente humana no hace el esfuerzo por recordar que dicha designación no dice lo real acerca del fenómeno, sino que solo por convención designa en un concepto una parte de la verdad que representa. Aquí, el problema es el olvido de que aquellas metáforas no representan lo real del mundo.

De la misma manera, también el mito es producto de la actividad creativa del ser humano. “Sin embargo, a diferencia del caso anterior, en el mito el intelecto se ve liberado de los acuerdos o convenciones que en un primer momento se tomaron en función de mantener la vida en sociedad” (Madrid, 2011, p. 35). Debido a esa liberación puede acercarse a una realidad que es irregular y variable. Así, la verdad del mito es de otra modalidad. Si bien el mito comparte el lenguaje o la palabra con el discurso científico, este se aleja de lo racional en la medida en que se abre a la diversidad y complejidad de la realidad. En otras palabras, la verdad del mito se encuentra en la apertura al mundo tal cual es.

En esa misma línea, Bottici (2008) había realizado una aproximación genealógica al dilema entre el mito y la razón. La premisa principal de que no existe una oposición entre *mythos* y *logos* es contrastada con autores como Vernant y Nestle, quienes afirmaron que con el nacimiento de la filosofía, el mito es dejado de lado por los

intelectuales de la antigua Grecia debido a que traería confusión al estudio racional de la realidad. Sin embargo, habría que aproximarse al pensamiento griego de aquella época y lo que entendían por realidad. “Los griegos ni siquiera tenían una palabra para designar lo que Vernant llamó ‘realidad física’, siendo sus términos correspondientes *ousia*³⁴ y *physis*³⁵” (p. 5). Es por ello, que habría que centrar la atención en los conceptos de realidad y de verdad.

Por un lado, la realidad física, como podría entenderse en términos modernos y contemporáneos, no era la misma para los griegos de finales del siglo V. Existían dos maneras de describir la realidad igualmente válidas: *mythos* y *logos*. Lo interesante es que los presocráticos, Platón y Aristóteles no se opusieron a lo que describe el mito acerca de la realidad. Por el contrario, hacían uso de varios mitos para argumentar sus propias ideas. Esto debido a que esa realidad era compartida y, por tanto, muy variable y multiforme:

“De hecho, si Platón puede continuamente pasar en sus diálogos de la argumentación racional a la narración de mitos, esto se debe a que la cuestión de la ‘verdad’ o la ‘realidad’ del mito aún no se había planteado: el *mythos* se yuxtaponía generalmente al *logos* simplemente como una manera de expresar un contenido similar, y la diferencia entre los dos sostuvo que estaba en el nivel de impacto protético³⁶ diferente, y no de su respectiva verdad o realidad³⁷” (Bottici, 2008, p. 9).

El mito no era cuestionado con profundidad y peor aún los conceptos de realidad o de verdad. La indeterminación de dichos conceptos era aceptada por la argumentación racional. Por ello, el discurso mítico era tan válido como el discurso racional.

³⁴ “La palabra *ousia* es la transcripción latina del término griego *ουσία*. *Ousia* viene del participio femenino del verbo *εἶμί* (*imí*). Esto es: *ουσα*. Significa originariamente ser, existir, vivir, haber o tener.” Extraído de: <https://etimologiaspalomar.blogspot.com/2012/07/ousia.html>.

³⁵ “Del griego φύσις, *physis*. Procede de la raíz indoeuropea *bhû* que en sánscrito significa nacer, producirse algo, brotar, o como sustantivo: lugar, estado. En este sentido puede traducirse por naturaleza -del latín *nascor*- que también significa nacer, genera.” Extraído de: <https://encyclopaedia.herdereditorial.com/wiki/Physis>.

³⁶ “Significa didáctico. Está referido al ámbito formativo donde se implementan métodos prácticos para la enseñanza de los estudiantes.” Extraído de: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/protreptical>.

³⁷

Indeed, if Plato can continually move in his dialogues from rational argumentation to the narration of myths, this is because the question of the “truth” or “reality” of myth had not yet been posed: the *mythos* was generally juxtaposed to the *logos* simply as a different way by which to express a similar content, and the difference between the two was held to be on the level of their different protreptical impact, and not of their respective truth or reality. (traducción del autor)

Por otro lado, gran parte de los mitos eran considerados como saber o conocimiento acerca de los seres humanos y de la naturaleza. Los poetas griegos Homero y Hesíodo presentaron un conocimiento que abarque lo universal y plural de la realidad. Esta universalidad plural era diferente de la universalidad más restringida propuesta por la filosofía. Frente a esta pluralidad de variantes que muestra el discurso mítico, la modernidad construyó un sujeto dispuesto a rechazar lo que no sea oficializado por la razón. Entonces, ¿la verdad estaría solo de un lado del discurso racional y lógico? La respuesta es no. Si se vuelve sobre el término griego *aletheia* se encuentra que tiene dos significados: ‘lo que no se oculta’ y ‘lo que no se olvida’. Si esto es así, entonces *aletheia* es el des-ocultamiento y la rememoración de la verdad. “En los cantos o escritos los poetas griegos procuran conservar las cosas del olvido, ya que no se puede recordar la multiforme y variada realidad” (p. 15).

De ahí que, tanto Bottici (2008) como Madrid (2011) defienden la postura de que el mito mantiene una modalidad de *aletheia* que se abre a una realidad diversa y múltiple; esto a diferencia de la razón, quien no tiene más que abordar la verdad desde una perspectiva lógica y experimental. Se puede afirmar que el *mythos* y *logos* buscan la verdad formando parte del amplio bagaje de discursos que estudian e intentan explicar lo que sucede en el mundo.

A partir de esto, López (2016) esboza la posibilidad de una integración entre el *mythos* y *logos*. Esta integración estaría bosquejada a partir de la dialéctica hegeliana. De un lado, los pensamientos se vieron mejor articulados y ordenados debido al advenimiento de la escritura. La escritura permite un cambio en el sentido de los conceptos entendidos oralmente. Por ejemplo, el concepto de tiempo cobra un nuevo sentido con la delimitación entre pasado, presente y futuro. “Pero por encima de todo, permite un nuevo concepto de ‘realidad’: lo real no es solamente lo que aparece o se muestra, sino la reflexión intelectual sobre lo que puede o no ser visto” (López, 2016, p. 83). La escritura permite la acción reflexiva sobre lo que se percibe de la realidad. El mito y el logos se distinguen, pero aun así forman parte del mismo mundo. Ya sean poetas o filósofos, la reflexión intelectual forja una manera de expresar una misma realidad. Por tanto, el *mythos* y *logos* empiezan a escribir para explicar lo visto en el mundo. Sin embargo, el logos empieza a autovalidar lo descubierto y expresado como discurso razonable para explicar el mundo.

De otro lado, esta autovalidación de la razón surge a partir del olvido de la importancia del mito en tanto constructor de múltiples realidades. Por ello, es necesario entrar en una dinámica de reconocimiento y revalorización de los mitos. “Nuestra vida se manifiesta en nuestra conciencia, que descansa en el mito (conciencia de lo que es dado), que nos conduce a creer que nuestra conciencia nos manifiesta la realidad que, indudablemente, está más allá del conocimiento objetivo” (López, 2016, p. 90). Permanecer consciente de una realidad que es posible transformar mediante los mitos provoca la conexión con lo originario de la condición humana. ¿Cómo entender esta transformación?

La transformación se encuentra en el poder de crear imaginativamente las posibilidades de acción de cada ser mítico y situación mítica. Este poder creativo no está exento de contradicciones, pero ya se ha evidenciado que esto no es problema para mostrar lo real percibido por el ser. Esto se convertiría en un problema para el logos, debido a que las contradicciones no garantizan la coherencia y la consistencia en la construcción del conocimiento. ¿Cómo lograr la reconciliación con las propias contradicciones? La propuesta de López (2016) es la construcción de una nueva razón que inicia con la “aceptación, no la supresión, de las contradicciones y contrastes, de las paradojas, los dilemas, que son propios de la naturaleza auténticamente compleja del ser humano” (p. 93). Por ende, no es que el mito debe alejarse del logos, sino que el segundo debe acompañar al mito en la construcción discursiva de la realidad, aceptando las contradicciones propias de la condición humana.

Hasta aquí, la segunda posición presenta que no es necesario separar el mito del logos, sino que más bien la relación dialéctica entre el mito y logos conduciría a una comprensión más completa de la realidad. Esto a través de la inclusión de una concepción plural y diversa de los saberes; además de la aceptación e integración de las contradicciones presente en la condición humana. Esto no estaría alejado de la propuesta de Horkheimer y Adorno, quienes muestran la relación entre razón y mito como un proceso dialéctico que ha atravesado momentos de progreso y regresión. El logos ha permitido los avances tecnológicos en diversos ámbitos de la sociedad. Pero también, ha volcado dichos avances contra la misma humanidad.

Una de las preocupaciones de Horkheimer y Adorno es explicar de qué manera la dialéctica razón-mito influye en la cultura. En el siguiente apartado se hablará sobre el

mito y la industria cultural. Esto a partir de los aportes del capítulo *Industria Cultural* en DI, donde aborda la incidencia de los medios de comunicación en las personas y cómo éstos crean cultura; aquí se presenta el concepto de ‘industria cultural’ como promotor de un *logos* que adquiere el carácter negativo y se vuelve dominador de las masas en la sociedad contemporánea. Sin embargo, surgen algunas interrogantes: ¿Cómo influye la dialéctica entre el *mythos* y el *logos* en el sujeto?, y, ¿Qué tipo de dominio ejerce la razón sobre la cultura?

2.2 El mito y la industria cultural

A lo largo de este capítulo se ha mostrado que el mito no se comprende sin *logos*. Por su parte, el *logos* busca oponerse y dominar al mito. Sin embargo, en ese instante el *logos* inicia su propio proceso negativo con el signo de dominio que le es otorgado por el mito. En la sociedad moderna, el dominio se evidencia a través de los medios de comunicación masiva. ¿De qué manera esto se convierte en un problema? Para Horkheimer y Adorno esto se convierte en un problema cuando se pierde la criticidad acerca de lo que se consume y la solución se encuentra revisando el concepto de *industria cultural* (IC).

Antes de pasar a la definición y desarrollo del concepto IC, es importante realizar dos observaciones. La primera es que Adorno al hacer uso del término “cultura” está hablando expresamente a la *cultura de masas*. Esto se refiere al sistema económico y su relación con la población consumidora. En este sistema, todo es convertido en producto de compra y venta. El problema es que este sistema vacía de contenido las relaciones entre personas, es decir, se convierten en relaciones meramente instrumentales. En otras palabras, “la cultura es mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla.” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 206). La segunda observación tiene que ver con el término “operadores” utilizado por Duarte (2011) en el texto *Industria cultural 2.0*. En este caso los operadores hacen referencia a los temas que el autor identifica como principales en el capítulo *La Industria Cultural* en DI. Estos temas guardan estrecha relación entre sí y son parte de la definición de IC. En consecuencia, cuando se hable en términos de “operadores” se entenderá como temas principales de dicho capítulo.

2.2.1 El concepto de Industria Cultural

En primer lugar, el concepto como tal aparece en *Dialéctica de la Ilustración* en el capítulo *La industria cultural: Ilustración como engaño de masas*. En este capítulo, Horkheimer y Adorno dan nombre propio al proceso de alienación de los sujetos en torno al sistema de consumo. Este lo componen el cine, el arte (música y pintura), los programas de radio y TV. Todo esto otorga origen a la *industria cultural*. García (2017) explica que Adorno ya había acuñado este concepto en trabajos anteriores a 1944 y en obras posteriores a la primera edición de DI³⁸. No obstante, no deja de señalar que el desarrollo del concepto con más amplitud se produce en el capítulo de *La Industria cultural* de DI.

Durante gran parte del siglo XX, el progreso se convirtió en una de las herramientas de desarrollo para las naciones. No obstante, esto mantiene estrecha relación con el factor económico. Por ello, ciertos países como Estados Unidos procuraban dar rienda suelta al mercado; convirtiéndolo en un sistema que lo domina todo y a todos. Para Maiso (2018), el concepto de IC no es más que el reflejo de ese sistema que convierte todo en mercancía. El arte y la cultura eran mercancías en sí mismas. Por ello, la industria es un sistema que convierte a las personas en sujetos alienados con los intereses del mercado. Por ello, para Horkheimer y Adorno:

“la industria cultural constituye un sistema, y que esto se debe a los imperativos de una formación social capitalista que, en su transición a la fase fordista³⁹, se imponen sobre la esfera cultural y amenazan con aniquilar lo que convertía la cultura en cultura; es decir: su capacidad de rebasar el ámbito de la mera utilidad, el reino de la necesidad, y anticipar una idea de libertad que no fuera una mera abstracción” (Maiso, 2018, p. 137).

Este sistema es organizado por una razón instrumental que favorece los intereses económicos y políticos del sistema capitalista. La industria cultural ha construido una «palabra» mitologizada y la convierte en producto para las masas. ¿Cómo logra aquello?

³⁸ Entre los trabajos anteriores a 1944 se encuentran el ensayo «Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha», «Composición para el cine» coautoría con Hanns Eisler y obras más tardías como «Resumen sobre la industria cultural», de 1963, y «Transparencias cinematográficas», de 1966. En todas estas obras el enfoque que otorga Adorno al concepto industria cultural se reafirma con mayor fuerza en *Dialéctica de la Ilustración*. (García, 2017, pp. 95-96)

³⁹ “La fase fordista o fordismo tiene que ver con el sistema de producción en cadena implementado por Henry Ford a partir del año 1908.” Extraído de: <https://economipedia.com/definiciones/fordismo.html#:~:text=El%20fordismo%20es%20un%20sistema,f%C3%A1bricas%20este%20sistema%20de%20producci%C3%B3n>.

A través de los medios de comunicación masiva como la radio y la TV. Lo que aparece es un ser humano rendido ante la capacidad omnisciente del mercado. En esa línea, hay que hablar del concepto IC como aquel “instrumento crítico, cuya función es poner de manifiesto los efectos que sobre las masas, los individuos y su experiencia vital, el arte y la sociedad, ejerce el devenir mercancía de la cultura” (Maya, 2011, p. 28). Ante esto, algunos autores como García (2017) y García (2019) esbozan una crítica. Horkheimer y Adorno se están ocupando de la relación sistema-individuo en el sentido unidireccional. No priorizan la intervención del individuo en dicho sistema. Es decir, parecería que el capítulo del concepto IC se dedica más al sistema que al individuo; mostrando que en la relación entre individuo-sistema, el individuo es un agente pasivo respecto de la dinámica del mercado. Sin embargo, reconocen la importancia del planteamiento de Horkheimer y Adorno, puesto que conforme avanzan las reflexiones se va evidenciando que el sistema es reflejo del individuo y el individuo es reflejo del sistema. Por ello, reflexionar sobre el sistema de mercado es profundizar en la humanidad misma.

Al arribar al concepto de IC se sabe que está relacionado con el sistema capitalista, el mercado, el consumo y las masas. Además, el dominio que ejerce la industria cultural del espacio cotidiano de las personas es totalizante. En otras palabras, “en la industria cultural el individuo es ilusorio no solamente debido a la estandarización de sus modos de producción. El individuo es tolerado únicamente en cuanto su identidad incondicionada con lo universal se halla fuera de toda duda” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 199). El individuo es validado en la medida que se deje llevar por las ofertas de la industria. Por ello, no cumple una función de pasividad, sino que más bien es la industria la que moldea individuos que estén alienados con los intereses del mercado y mantenga esa pasividad crítica frente al sistema capitalista.

2.3. El modo de proceder de la Industria cultural

En segundo lugar, tras haber desarrollado el concepto IC es importante caer en la cuenta de qué compone dicho concepto; es decir, cómo se implementa en la sociedad contemporánea y finalmente cómo esto se relaciona con la era digital. Para responder a estas interrogantes es necesario adentrarse en el capítulo *La industria cultural* de DI. En el artículo *Industria Cultural 2.0*, Duarte (2011) plantea una línea de trabajo para develar la incidencia de la IC en la actualidad. Primero, esboza lo que él considera como la “industria cultural clásica” que se encuentra en DI, aquí irá describiendo los cinco

“operadores” o temas centrales extraídos específicamente en el capítulo *La industria cultural*. Segundo, establece la relación entre los temas centrales de la “industria cultural clásica⁴⁰” y la “industria cultural de hoy⁴¹”. Esto será de gran utilidad para desentrañar los retos que plantean la relación dialéctica entre *mythos* y *logos*. A continuación, se desarrollará cada uno de los *operadores*.

El primer operador hace referencia a la *manipulación retroactiva*. En esta “se encierra el secreto de la industria cultural: atender, simultáneamente, la demanda de entretenimiento de las masas e imponer determinados patrones, tanto de consumo como de comportamiento moral y político” (Duarte, 2011, p. 93). Lo que ofrece la industria cultural es cortado a la medida de los consumidores.

Ejemplo de aquello es el mejoramiento de las técnicas publicitarias implementadas por Edward Bernays⁴² en Estados Unidos a inicios del siglo XX. Esto con el fin de captar más clientes y mayores ingresos para empresas americanas. La técnica para lograr dicho fin es la manipulación de los consumidores; puesto que “la manipulación consciente e inteligente de los hábitos y opiniones organizados de las masas es un elemento de importancia en la sociedad democrática” (Bernays, 2008, p. 15). ¿Cómo se logra esto? La manipulación se encuentra en el ámbito de los deseos. La idea no es que compres un automóvil Ford, sino que te sientas mejor manejando dicho automóvil. Por tanto, la manipulación publicitaria procede de la siguiente manera: lo que se habría de vender no son necesidades, sino deseos. El consumidor ya está adiestrado gracias a la publicidad en los espacios públicos, radio y TV para hacer caso más a sus deseos que a las necesidades inmediatas. Esto definitivamente beneficia a la industria porque crece económicamente, pero a la vez construye sujetos sin criterios para determinar lo necesario para la vida.

De la misma forma, en la actualidad esto no ha cambiado, puesto que las estrategias publicitarias también se han volcado al ámbito digital. Ahora ya no solo se puede apreciar una *masa física*, sino también una *masa digital*. Los usuarios de internet

⁴⁰ Este término está relacionado con el planteamiento hecho por Horkheimer y Adorno acerca de la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración*.

⁴¹ Este término se refiere a lo compuesto por toda la industria digital que ha llevado los productos y la interacción con estos al ámbito digital.

⁴² “Publicista, periodista e inventor de la teoría de relaciones públicas. Nació en Austria y era sobrino de Sigmund Freud. Siendo aún niño, sus padres se establecen en Estados Unidos. Se licenció en Agricultura en la universidad de Cornell, pero su verdadera pasión era la comunicación, donde desarrolló su carrera en publicidad, periodismo y, finalmente, en las relaciones públicas” (Bernays, 2008).

están expuestos a la publicidad en sitios web y redes sociales, y esto es el estímulo del mercado para que la persona consuma. En este caso, la interacción se ha vuelto pilar fundamental del consumismo. Ahora, ya se interactúa con los productos y existe una respuesta inmediata cuando se pretende adquirir tal o cual producto. En *La metástasis del goce: seis ensayos sobre la mujer y la causalidad*, Zizek propone la noción de una “sociedad del espectáculo” a la cual le interesa lo subjetivo en tanto sea útil para el incremento del capital. Por ejemplo, “en 2020 año, la cantante Rosalía, que cuenta con 12 millones de seguidores en Instagram, fue la imagen elegida por la marca deportiva Nike para el lanzamiento del último modelo de Zapatillas ‘Air Max 2090’.”⁴³ Más allá de la admiración y cariño por este tipo de celebridades, el mercado influye en el consumidor para que sienta familiaridad con la marca y simpatía con los productos vendidos por esta. No importa la condición social o económica, la estrategia publicitaria crea la ilusión de que el producto siempre está al alcance del consumidor.

Por todo lo anterior, la manipulación retroactiva no es más que la negativa relación entre la industria y el consumidor; donde la masa es satisfecha, la industria le impone qué y cómo debe consumir. Lo que no se está visualizando son las consecuencias de docilidad de las masas ante una publicidad omnipresente. En palabras de Horkheimer y Adorno:

“Los estándares habrían surgido en un comienzo de las necesidades de los consumidores: de ahí que fueran aceptados sin oposición. Y, en realidad, es en el círculo de manipulación y de necesidad que la refuerza donde la unidad del sistema se afianza más cada vez. Pero en todo ello se silencia que el terreno sobre el que la técnica adquiere poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 166).

Para los autores, este proceder del mercado es parte de un sistema cultural que con el pasar del tiempo se afianza más, es decir, se posiciona en las mentes de los consumidores. Además, se vislumbra una razón técnica que, tanto en el pasado como en el presente, continúa actuando para dominar a los demás y a sí misma. La producción en serie de individuos dominados por la poca reflexión crítica de la realidad. Por tanto, la racionalidad del dominio es una racionalidad que instrumentaliza la sociedad.

⁴³ Recuperado de: <https://madisonmk.com/artistas-globales-como-imagen-de-promocion-para-las-marcas-mundiales-deportivas/>

Por otro lado, el segundo operador es la *usurpación del esquematismo*⁴⁴ se encuentra relacionado con la *manipulación retroactiva*, puesto que ya no solo es cubrir la demanda de los consumidores o imponerles lo que deben comprar, sino también que se debe simplificar los procesos para que los individuos no reflexionen demasiado al adquirir el producto. El cliente es persuadido y se le presenta lo inmediato como lo real. ¿Cómo se entiende esto? Para comprender con mayor claridad lo del esquematismo hay que recurrir a las nociones de *Crítica de la Razón Pura* (CRP) de Kant. ¿Cómo se convierte una imagen en un concepto o categoría? Primero, existe un esquema que está en el individuo y se compone por tres partes: las intuiciones puras (tiempo y espacio), conceptos puros del entendimiento (categorías y juicios) y apercepción trascendental (yo trascendental). El proceso que lleva al individuo a convertir una imagen en concepto es la *deducción trascendental*.

En la *segunda sección* de las deducciones de los conceptos puros se explica el proceso en tres síntesis. La primera es la síntesis de la *aprehensión*. Esta síntesis se lleva a cabo en el sentido interno de la psique humana que está determinado por el tiempo. La función de la *aprehensión* es recorrer toda la unidad de la diversidad de representaciones y reunirlos en el mismo instante. En otras palabras, al momento de la creación de un concepto, lo que hace nuestra psique a través de la abstracción es recorrer la unidad de un objeto que percibe, pues en este se encuentran contenidos varias representaciones y luego reúne nuevamente esta diversidad de representaciones. Por ejemplo, una manzana que se encuentra sobre la mesa está ocupando tiempo y espacio, además tiene representaciones: color, forma, etc. Luego, aparece la segunda síntesis llamada de *reproducción*, la cual hace uso de la imaginación para la retención de la secuencia de representaciones y tiene la función de establecer reglas para esta secuencia de representaciones de los fenómenos. Ambas síntesis, tanto la de *aprehensión* como la de *reproducción*, trabajan en conjunto para la formación del concepto. En este caso, no solo se retiene la imagen de la manzana, sino que después se las reproduce y para formar el concepto de manzana. Por último, la tercera síntesis es el *reconocimiento*. Esta síntesis está relacionada con la conciencia del trabajo que realizan las síntesis anteriormente citadas. La síntesis del *reconocimiento* permite la aparición de un *yo trascendental* que adquiere la capacidad de reconocer el proceso que se ha ejecutado en el tiempo. Con la aparición de la *apercepción*

⁴⁴ “El término usurpación del esquematismo remite al capítulo de la *Crítica de la Razón Pura*, de Immanuel Kant, relativo al esquematismo de los conceptos puros del entendimiento” (Duarte, 2011, p. 93)

transcendental la relación entre los conceptos y los objetos se ve justificada no como una referencia que necesita de la experiencia, sino más como una referencia que puede ser posible a priori. Es decir, aunque no vea después la manzana sobre la mesa, el *yo transcendental* sabe que la manzana sigue siendo manzana.

Volver sobre el esquema que propone Kant en la CRP evidencia la necesidad de la conciencia para que las imágenes se conviertan en conceptos. Sin duda, esto ilumina la reflexión sobre la manera en que la industria cultural sugiere los productos culturales a las masas. Aquí el elemento a considerar es la mediación. En el caso del esquematismo kantiano, la mediación para que la imagen se convierta en concepto validado por el entendimiento es el *yo* presente en el individuo. Mientras que en el sistema de mercado la mediación del *yo* es reemplazada por la industria cultural, es decir, un agente externo. He ahí la usurpación, el esquema es reemplazado por el de la razón dominadora, puesto que replica lo que la industria propone que individuo deba hacer o ver. Como lo diría Horkheimer y Adorno, al sujeto se le quita la facultad de reflexionar los datos, formas de ver, entender y actuar en la realidad impuestos por la industria cultural:

“La tarea que el esquematismo kantiano esperaba aún de los sujetos, a saber, la de referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales, le es quitada al sujeto por la industria. Ésta lleva a cabo el esquematismo como primer servicio al cliente. En el alma, según Kant, debía actuar un mecanismo secreto que prepara ya los datos inmediatos de tal modo que puedan adaptarse al sistema de la razón pura” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 169).

Este mecanismo secreto de la industria cultural otorga lo inmediato ya mediado por esta. La industria cultural no se permite algún error en este proceso. En la actualidad, “la emulación del proceso de esquematismo descrito por Kant parece haberse vuelto más perfecta en virtud de las características técnicas que le son peculiares” (Duarte, 2011, p. 112). La técnica se ha ido perfeccionando con el paso de los años. El contenido audiovisual ya se puede apreciar en alta definición y en 3D. Muchos fanáticos del cine esperan una experiencia mucho más cercana a la realidad, asistiendo a funciones en 3D. Así, esta se convierte en una experiencia mediada e inmediata implementada por la industria cultural.

El tercer operador es la *domesticación del estilo*. Las obras de arte se han convertido en mercancías culturales debido a la producción en serie de la industria. Esto ha ocasionado que se ultraje el aura de la obra original, considerando esa totalidad como medio para particularizar. Producto de esto, el estilo en las obras de arte es domesticado.

El arte contiene una función económica y si no mantiene ese elemento está condicionado a desaparecer. Por ello, el estilo se convierte en una promesa de éxito, pero al mismo tiempo de fracaso:

“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 y sociedad, sino en los rasgos en los que aparece la discrepancia, en el necesario fracaso del apasionado esfuerzo por la identidad” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 175).

El fracaso de la obra de arte contemporánea es la posibilidad de ser imitada. La industria cultural propone al arte la aceptación, la identidad para sobrevivir en el mercado. Por tanto, rechaza la autenticidad u originalidad porque no sería vendible, no podría ser publicitada y ofrecida al consumidor. En la actualidad, las obras de arte ya son mercancías culturales puestas a disposición de las masas:

“Esto en principio, hace que el estilo de la cultura de masas digitalizada sea una prolongación casi idéntica de su versión original: la impresión que se tiene es la de que el mismo idioma estandarizado y kitsch se traspuso al lenguaje más flexible y pleno de recursos que los medios computacionales ofrecieran” (Duarte, 2011, p. 113).

La estandarización de los procesos y de los productos es la clave de crecimiento de la industria cultural; entre más parecido con la obra de arte original es mejor. Pero esto origina un problema: la falta de diferenciación entre lo universal y lo particular. Evidentemente, esto no es asumido por la industria cultural, así que le corresponde al consumidor identificar tales categorías en lo que ve y escucha.

El cuarto operador es la *despotenciación de lo trágico*. La industria cultural sólo ha provocado desarrollo económico y también la insensibilidad ante el sufrimiento. Lo pecuniario siempre va a primar por sobre la solidaridad ante el dolor ajeno. El sedante ante el sufrimiento es el consumo. Entre más consumo, la felicidad está garantizada. En la actualidad, los grandes centros comerciales aíslan a los individuos para que sientan el aura de la felicidad. Música de moda, ambiente hermético y organizado en cada tienda, buen aroma al interior de las instalaciones, etc. Esto con el fin de que los consumidores olviden las necesidades y padecimientos de muchos otros individuos fuera de esos

espacios. Todo esto contiene una función social: “ofrecer una relajación de la tensión nerviosa de las personas sometidas a la explotación de su fuerza de trabajo durante todo el día” (Duarte, 2011, p. 114). La industria cultural mantiene la atención y el descanso de la persona en la capacidad de consumo. Es así como, “la mentira no retrocede ante la tragedia. Así como la sociedad total no elimina el sufrimiento de sus miembros, sino que más bien lo registra y planifica, de igual forma procede la cultura de masas con la tragedia” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 196). La mentira más grande es creer que las promesas de la industria cultural se cumplen en su totalidad. La promesa de felicidad se cumple solamente en el espacio privado de los centros comerciales, porque si se sale del aura mercantil, el sufrimiento se encuentra latente en cada esquina de la ciudad.

Sin embargo, ¿existirá la compasión y la solidaridad con el sufrimiento de otros? Para Horkheimer y Adorno ha sido eliminado el significado original de la tragedia. En la época helénica, la tragedia era experimentada y reflejada a través de las obras de Sófocles o Esquilo. Una de esas obras es *Antígona* de Sófocles. La historia empieza con los lamentos de Antígona por la muerte de Polinices y Eteocles. El segundo recibe la respectiva sepultura como establece la ley divina. Sin embargo, el primero no corre con la misma suerte. Creonte, tío de Antígona, ordena bajo edicto estatal dejar el cadáver insepulto y realiza una advertencia: quien otorgue ritos de sepultura a Polinice será castigado severamente. Temerosa de la ley divina, Antígona sale de inmediato a darle sepultura a su hermano. Al siguiente día, la protagonista es capturada por servidores del rey y confiesa el delito. Creonte toma la decisión de darle muerte a Antígona, “llevadla cuanto antes y, tras enterrarla en el abovedado túmulo —como yo tengo ordenado—, dejadla sola, bien para que muera, bien para que quede enterrada”⁴⁵. Ya dentro de la cueva, Antígona toma la decisión de suicidarse. Posteriormente, a este Hemón, hijo de Creonte, enfrenta al papá para buscar liberar a Antígona. Sin embargo, no lo consigue y es asesinado por su padre. Finalmente, Eurídice, mamá de Hemón, decide matarse. Creonte se lamenta de la decisión que tomó, puesto que utilizó de razón práctica sin compadecerse y ser solidario con aquellos que sufrían las consecuencias de la muerte.

Respecto a lo anterior, caben dos observaciones que se relacionan directamente con la pérdida del sentido trágico griego en la era de la industria cultural. La primera es que, para Antígona, la ley divina estaba por encima de las leyes humanas. Tanto es así

⁴⁵ Véase en *Tragedias*. Sófocles: (*Antígona*, 885-887).

que, increpa a su hermana Isméne diciéndole, “tú, si te parece bien, desdeña los honores a los dioses”⁴⁶. Este señalamiento que efectúa Antígona a su hermana es reflejo de la importancia que tiene la ley divina con respecto a la finitud del ser humano, esto en dos sentidos. El primero es la preocupación por la vida después de la muerte, puesto que los ritos sagrados y la sepultura le permitirá al muerto descender al *Hades* para reencontrarse con su familia. Y el segundo es el castigo de parte de los dioses por el incumplimiento de los ritos sagrados y la sepultura, que se traduce en la muerte de parientes aún más cercanos. Por tanto, Antígona representa la importancia de la solidaridad con los que sufren o podrían sufrir si el castigo divino cae sobre sus familiares. En la industria cultural, no existe una preocupación real por el otro, puesto que cada individuo está sumergido en las leyes del mercado y del consumo.

La segunda observación se encuentra al analizar la persona de Creonte y su relación con las muertes de sus seres queridos. Este personaje representa al consumidor promedio que sigue fielmente la regla del mercado: Sin mirar a nadie, porque las propias necesidades son más importantes que las de otros. La ceguera voluntaria de Creonte es tal que no percibe algún error en su decisión y a esto Tiresias le dice: “recapacita, pues, hijo, ya que el equivocarse es común para todos los hombres”⁴⁷. El problema de Creonte es la falta reconocimiento del problema que le aqueja, es decir, la ceguera en la que se encuentra debido a su decisión. El miedo o la vergüenza a equivocarse le ciegan y le hacen perder el rumbo sobre el buen gobierno. De la misma forma, la industria cultural procura que el ser humano pierda esa capacidad de ver con ojos compasión las necesidades que aquejan a otras personas. En consecuencia, la razón se instrumentaliza y es utilizada para desaparecer y negar la existencia humana.

Por último, el quinto operador es el *fetichismo de la mercancía cultural*. El término fetichismo es propuesto por Max en la sección cuarta, primer capítulo, del tomo I de *El Capital*. Al explicar que el valor de uso está relacionado con el fin para qué el producto fue creado y el valor de cambio con el valor que adquiere un producto tras el paso del tiempo; el autor va a ocuparse también del misterio que envuelve el intercambio mercantil. Por otro lado, las relaciones mercantiles provocan que el bien intercambiado socialmente ya no sea únicamente el producto como tal, sino la explotación del trabajo, lo cual también lo convierte en una mercancía. Por ello, “ese carácter fetichista del mundo

⁴⁶ Ídem. (Antígona, 76-77).

⁴⁷ Ídem. (Antígona, 1024).

de las mercancías se origina, como el análisis precedente lo ha demostrado, en la peculiar índole social del trabajo que produce mercancías” (Marx, 2008, p. 89). Por otro lado, esto conduce a que las relaciones sociales se cosifiquen. “El hecho de que en el valor de las mercancías las relaciones de los hombres se presenten ‘bajo envoltura cósmica’ hace que dichas relaciones permanezcan ocultas a los individuos que forman parte de ese sistema” (Ruiz, 2011, p. 196). En otros términos, se convierte en cosa el producto de trabajo en la medida en que “en su naturaleza de cosa esconde relaciones sociales, de explotación del trabajo por el capital” (Duarte, 2011, p. 100). Por tanto, en el sistema capitalista los seres humanos crean las mercancías, no obstante, estas dominan al ser humano y al conjunto de la vida social.

En el caso de la mercancía cultural, el fetichismo procede de la misma manera. Las obras de arte adquieren un valor de cambio más que el valor de uso. Lo sustancial no es el goce estético, sino más bien que se vuelva más fácil de coleccionar e intercambiar. Horkheimer y Adorno caen en la cuenta de que la utilidad de una obra de arte está directamente relacionada con la inutilidad:

“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. El consumidor se convierte en coartada ideológica de la industria de la diversión, a cuyas instituciones no puede sustraerse” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 203).

Por una parte, utilidad por el prestigio de obtener una obra de arte como las meninas de Velázquez o el Guernica de Picasso. Y por otra, la inutilidad está determinada porque estas obras se vuelven objetos de colección. Los consumidores disfrutan de las nuevas adquisiciones con un fin meramente instrumental, puesto que, en un futuro no muy lejano, pueden hacer uso del valor de cambio para incrementar su capital. En la actualidad, la industria cultural ha ofrecido una experiencia cada vez más personalizada de los productos culturales. Cine y música hechos a la medida del consumidor. No

obstante, el acceso es exclusivo. Esto se evidencia en las plataformas de streaming como Netflix, Disney Plus, HBO, etc.⁴⁸.

Se sabe que, la industria cultural, clásica como actual, continúa con la negación y la instrumentalización de la vida cotidiana; crea objetos culturales fabricados a la medida del consumidor. Esto es la industria cultural, un sistema que procura que cada producto cultural pierda su aura y convertirlo en un objeto más del mercado. Estos objetos ya están vaciados de contenido. Ante esto, la principal justificación es que el consumidor pide más simplificación de la vida. Por tanto, la industria apuesta por una cultura “Light” que omita pensamiento crítico y la complejidad de la vida.

Por otro lado, los medios de comunicación masivos que se encuentran alienados con los intereses de la industria cultural procuran que la palabra cada vez sea menos distinguible para las masas. La palabra, la música y la imagen deben formar una sola unidad. Por tanto, la palabra aparece sin sentido:

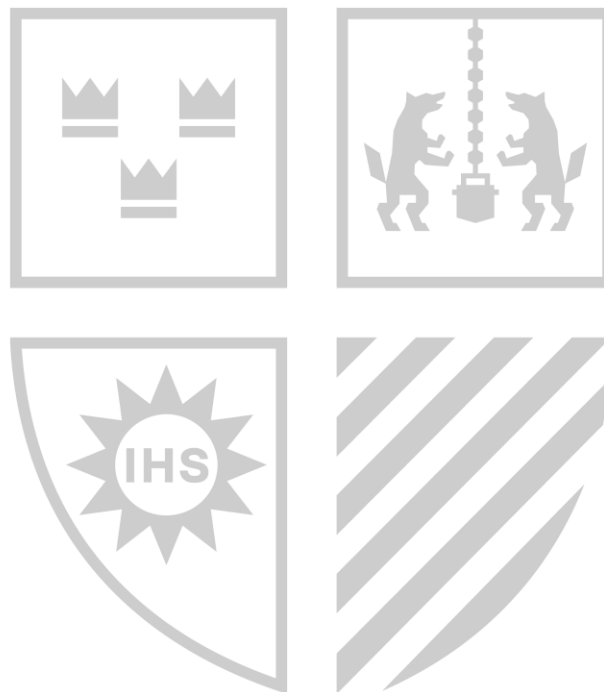
“El lenguaje que se remite sólo a la verdad no hace sino suscitar la impaciencia de llegar rápidamente al fin comercial que se supone persigue en la práctica. La palabra que no es medio o instrumento aparece sin sentido; la otra, como ficción o mentira” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 192).

La misma palabra se convierte en ficción debido a la razón instrumental que se encuentra al servicio del capital. El lenguaje es un medio para dominar a las masas, puesto que estas no quieren la verdad, sino únicamente el experimentar la felicidad en el consumo. Sin embargo, Horkheimer y Adorno esto no puede ser el final de la reflexión sobre la industria cultural. Por ese motivo que en el pie la última página del capítulo aparece “1944/47: Después del punto: (Continuará)”. Esta línea determina “el carácter fragmentario e inconcluso del capítulo en cuestión, y se lo expande hacia los diversos puntos de fuga que lo constituyen, de manera inmanente, como escritura antisistemática” (García, 2017, p. 96). De modo que, al reflexionar sobre la industria cultural y el sistema

⁴⁸ Cabe acotar que durante el encierro obligatorio debido a la pandemia ocasionada por el virus Covid-19 las plataformas de streaming se volvieron el medio por el cual muchas personas lograron hacer frente a las noticias devastadoras de cifras de contagiados de Covid-19 y las muertes diarias.

capitalista, está por hacerse y descubrirse. Además, se entiende que la crítica a la IC busca ser compleja como el mismo sistema cultural.

Finalmente, la relación entre el mito y la palabra que se concreta en la industria cultural aún deja paso muchas más preguntas sobre la coexistencia o correlación entre las mismas. Sin embargo, ¿Cuáles son las exigencias que debe cumplir la razón para no perder el sí mismo? ¿Cómo se llevaría a cabo este cometido? En el tercer capítulo se volverá a revisar la relación dialéctica entre mito y razón, pero esta vez mediante la comprensión de una coexistencia entre ambos elementos.



CAPÍTULO III: LA COEXISTENCIA ENTRE MITO Y RAZÓN

“Se trata de que la ilustración reflexione sobre sí misma, si se quiere que los hombres no sean traicionados por entero. No se trata de conservar el pasado, sino de cumplir sus esperanzas” (Horkheimer y Adorno, 1998, p. 55).

En el capítulo II se desarrolló la dialéctica entre mito y *logos*, a partir de la acepción de *logos*: palabra. Este sentido de *logos* se concretiza en la exposición del concepto de industria cultural presentado por Adorno y Horkheimer en el capítulo *La industria cultural. Ilustración como engaño de masas* de DI. En esa parte, la industria cultural se configura en el ente totalizador y dominador de las relaciones humanas. El mundo contemporáneo se comprende a partir del mercado, es decir, una industria cultural que organiza las relaciones humanas en favor del sistema capitalista. El ser humano es inducido a consumir su propia vida en cada producto que compra y vende. Por tanto, el sujeto instrumentaliza la vida cotidiana y con ello se pierde a sí mismo.

A lo largo del texto se ha demostrado que en el mito se fundamentan aspectos que permiten comprender con mayor profundidad la dialéctica entre mito y razón; permitiendo en el ser humano la reconciliación con la naturaleza exterior e interior de sí mismo, logrando dar voz a lo reprimido y recordando su pertenencia a lo natural y no solamente a lo racional o abstracto. Asimismo, se ha respondido a la siguiente pregunta: ¿Cómo comprender la relación entre el mito y la razón en Dialéctica de la Ilustración?

Este tercer capítulo pretende realizar una recopilación de los principales argumentos en torno a la dialéctica entre mito y razón. Esto mediante la dialéctica hegeliana al que recurren los autores Horkheimer y Adorno en DI. En el primer momento (tesis) se recuperarán las reflexiones de DI sobre la *Odisea* de Homero. Odiseo busca completar el viaje que emprendió de regreso a Ítaca, no obstante, aquello también implica volver con un alma transformada por los encuentros con seres míticos que lo ponen a

prueba para ver la astucia e ingenio. En esta parte, la tesis se sintetiza en la incidencia de lo mitológico en la construcción de la razón instrumental que provoca que el sujeto moderno pierda su propia identidad y mantenga el rechazo por el mito.

En el segundo momento (antítesis) se abordará la antítesis de la relación entre mito y logos, donde mito también es palabra; esto por ya se convierte en relatos escritos. La palabra mitificada pasa a ser un instrumento de la industria cultural para incidir en los consumidores y favorecer el sistema de mercado. ¿Qué sucede con la razón en este caso? ¿Acaso no podría cuestionar el sistema en el que se encuentra inmerso? Para responder a estas preguntas se hará referencia al grabado N°43 de Francisco de Goya: *El sueño de la razón produce monstruos*. La razón es capturada por los monstruos del consumismo y del poseer bienes. La industria cultural induce al sueño a la razón proponiendo la aparente felicidad y bienestar mediante las estrategias publicitarias que implementan las grandes marcas para vender un producto. ¿Cómo entender esto? Se indicarán dos elementos a considerar en esta situación: la manipulación de los afectos y el desinterés por el sufrimiento de las demás personas.

En el tercer momento (síntesis) se reflexionará sobre dos elementos que inducen a pensar en la coexistencia entre mito y razón: la rememoración (en gr. *anamnesis*) y el humor. Aquí, también se citará el *Excusus I* de DI. Esto debido a que el estudio de la *Odisea* no solamente permite la comprensión del sujeto como un ser en construcción, sino además el reconocimiento de la coexistencia del mito y la razón en el hombre. Existen dos elementos subyacentes al interior y exterior del ser humano que permitirían arribar a dicha coexistencia. El primero es la rememoración y sucede cuando el mito busca recordar la identidad al ser humano, es decir, hacer memoria de aquello constitutivo que es irremplazable. Esto no es más que la búsqueda de sentido de las cosas y de sí mismo; es el retorno a Ítaca tan anhelado por Odiseo. El segundo es el humor, puesto que aquello permite a la razón liberarse de sus propios monstruos que podrían censurar las contradicciones propias de la condición humana. Lo reprimido ya no puede mantenerse más en contención por el deber ser o las imposiciones del ser racional. Por tanto, lo que se pretende es un logos que integre el mythos en su propia búsqueda de explicarse y explicar la realidad mediante la rememoración y el humor.

3.1 La transformación del sí mismo en el sujeto moderno

En el capítulo I se reflexiona sobre la figura de Odiseo y cómo esta guarda semejanza con el sujeto moderno. Una de las semejanzas se evidencia en la astucia de la razón para sortear las dificultades que se presentan en la vida. En este caso, Odiseo ajusta su actuación de acuerdo al fin deseado que es llegar a Ítaca; recuperar lo que le pertenece. Sin embargo, aquello lo ubica en una situación siempre al límite de perderse a sí mismo. En el encuentro con Polifemo (cíclope), Odiseo dice de sí mismo: yo soy nadie. El nombre otorga pertenencia e identidad al sujeto. La astucia de Odiseo al enfrentar la muerte consiste en la instrumentalización del nombre y con ello de su propia identidad. Por tanto, la identidad en Odiseo es racional, puesto que ha elaborado argumentos universalmente válidos para negarse a sí mismo. “El sí mismo representa la racionalidad universal frente a la ineluctabilidad del destino. Pero cómo encuentra lo universal y lo ineluctable ya estrechamente ligados entre sí, su racionalidad adquiere necesariamente una forma restrictiva, a saber: la de la excepción” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 80). Para Horkheimer y Adorno, la racionalidad universal es instrumental; puesto que calcula la pérdida y ganancia de las acciones en la vida cotidiana. En esa línea, el sujeto moderno, que es pura identidad racional, empieza a negar la prudencia y a exacerbar la egolatría. En esta dialéctica de la elocuencia:

“el inteligente se siente siempre tentado, en contra del dicho popular, a hablar demasiado. Él se halla determinado objetivamente por el temor a que, si no mantiene permanentemente la efímera ventaja de la palabra frente a la fuerza, ésta le puede arrebatar de nuevo la ventaja. Pues la palabra se sabe más débil que la naturaleza a la que engaña” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 119).

Es una lucha constante entre la razón y el mito; en donde casi siempre el segundo le hace retroceder al primero en sus aspiraciones a la perfección. La razón se convierte para sí misma en absoluta cuando olvida lo mítico. Es por este motivo que al sujeto moderno lo caracteriza la absolutización de la realidad. No existe nada más que la razón justificando su propio accionar y el dominio que ejerce, sobre todo. En ese sentido, con Bacon y el método inductivo⁴⁹, la ciencia y la técnica lograron un progreso significativo.

⁴⁹ El método inductivo tiende a ser más racionalista y apela a la extracción de la información en la experimentación con la naturaleza. Consiste en recopilación de datos, luego realizar en repetidas ocasiones

No obstante, ¿A qué costo se logró dicho progreso? El costo ha sido la autodestrucción y la aniquilación de la dignidad humana en las posteriores guerras mundiales. Además, el costo de la manipulación mediática y publicitaria de los grandes emporios comerciales para beneficio del sistema. Finalmente, “hoy, que la utopía de Bacon de 'ser amos de la naturaleza en la práctica' se ha cumplido a escala planetaria, se manifiesta la esencia de la constricción que él atribuía a la naturaleza no dominada.” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 95). Todo aquello obligó a que se exponga y responda a las interrogantes de la razón, ahora esta se vuelve contra sí misma.

Por otra parte, la astucia de la razón se condiciona a sí misma. Odiseo solicita ser atado para no someterse a los deseos de las sirenas. El alma de Odiseo se transforma en el camino a Ítaca, pero también va dando cabida a una razón meramente instrumental. En el νόστος⁵⁰ de Odiseo a Ítaca, el protagonista completa el proceso de su propia figura, esto es, el ψυχή⁵¹. Lo que pretende es darle un cierre a lo inconcluso de su propio destino. Por tanto, la completud de la figura de Odiseo se obtiene al regresar a Ítaca (Míguez, 2011).

Sin embargo, esto no se consigue en su totalidad, debido a que aquel anhelo de la patria implica sacrificios. Odiseo no es el mismo guerrero que luchaba en Troya junto a sus otros compañeros de igual a igual. Ahora, este se ha convertido en alguien que se deja conducir por la astucia de la razón. Esto hace de él una figura calculadora y pragmática (Horkheimer & Adorno, 1998). Estableciendo un paralelo con Odiseo, el sujeto moderno conserva estas cualidades en su propia figura. Por un lado, el cálculo costo-beneficio; lo que más conduzca a la realización personal es sustancial, lo demás es accesorio. Con esto el sujeto se convierte en masa al servicio del sistema de mercado. Por otro lado, lo pragmático se asienta en la utilidad como fin en sí mismo. Aquello que sea instrumento para el interés propio es importante. Estos dos elementos se conjugan en el sujeto moderno como razón instrumental. Por tanto, la razón que ha permanecido en el

experimentos. Generalizar a partir de unas observaciones. Se puede llegar a una conclusión que contiene más información que las brindadas por las premisas. Cualquiera puede refutar las hipótesis de los experimentos, recopilando datos y efectuando otros experimentos. La conclusión contiene más información que la que contienen las premisas, por lo que, aun siendo verdaderas sus premisas, la conclusión puede ser falsa. Extraído de *Novum Organum*.

⁵⁰ “La palabra νόστος se asocia con una raíz indoeuropea *nes que significa regresar sano y salvo. Se encuentra relacionado con la nostalgia.” Extraído de: <http://etimologias.dechile.net/?nostalgia>

⁵¹ “En las creencias religiosas o filosóficas, la parte inmaterial e inmortal de un ser humano que sobrevive a la muerte. Principio o entidad inmaterial e invisible que poseerán los seres vivos.” Extraído de: <https://es.glosbe.com/el/es/%CF%88%CF%85%CF%87%CE%AE>

mito comprende que el mito también procede en el sentido de esta. El ingenio de la razón se ve acompañado del mito. Esto se explica mediante el sacrificio de la propia identidad en favor de un bien objetivo y universal.

3.2 Los monstruos de la *Industria Cultural*

En el capítulo II se abordó la importancia del significado de logos: *palabra* como parte de la dialéctica entre mito y logos. En esa línea, se relaciona esta comprensión de logos con la propuesta de la industria cultural. Por un lado, el logos, como *palabra*, narra la realidad a través de lo fantástico o mítico; puesto que no se trata solamente de conocimiento o razón, sino también de enseñar y comprender aquello que se desconoce. Por otro, la industria cultural es un sistema que ha organizado la realidad mediante la razón con fines políticos y principalmente económicos. En la unión de estos elementos surge la industria cultural que ha hecho uso de la *palabra* para incrementar o mantener a sí misma y con ello, al sistema capitalista. Sin embargo, ¿Qué sujeto nace de esta unión? Lo que surge de esta conjunción es un individuo alienado por los intereses del mercado; con escaso espíritu crítico y poca consciencia de los monstruos o fantasmas que se encuentran detrás de la razón y de la industria cultural. Se identifican dos de los fantasmas: la manipulación afectiva/efectiva y desinterés por el sufrimiento del otro. Más adelante se explicará cómo se relaciona el sujeto moderno con estos fantasmas, mientras tanto, se analizará el grabado N°43 del conjunto de grabados llamado *Caprichos* de Goya, esto con el fin de agregar elementos para comprender cómo la razón procede detrás de la industria cultural.

En primer lugar, Francisco de Goya y su obra se enmarcan en el contexto del proceso ilustrado y de la revolución francesa que ya estaba extendiéndose por gran parte de Europa entre los siglos XVII y XVIII. En este contexto, Todorov (2011) en el texto *Goya. A la sombra de las luces* explica que la revolución pictórica de la obra de Goya forma parte de la consolidación de la mentalidad ilustrada. Sin embargo, esta revolución pictórica también se aleja y cuestiona el proceso ilustrado. Esto se explica con *Caprichos*, un conjunto de grabados publicados en febrero de 1799⁵². La mayoría de estos grabados

⁵² “Lo más probable es que Goya los grabará en 1797 y primera de 1798, en la época en que pinta los cuadros de brujería” (Todorov, 2011, p. 69). Pues, aquellos grabados podrían ser acusados de incitar a la brujería por la Inquisición. A pesar de ello, *Caprichos* tuvo acogido entre el público.

desafían a la razón debido a su construcción fantástica y metafórica de la realidad. De aquel conjunto de grabados se analizará el grabado N°43. El análisis del grabado N°43 se enfocará en la leyenda: *El sueño de la razón produce monstruos*. Se citará este grabado con el fin de que contribuya a la reflexión acerca de la relación entre la razón y la industria cultural.

Por un lado, Madrid (2015) devela dos interpretaciones respecto de una parte de la leyenda: *El sueño de la razón*. La primera se refiere al dormir de la razón. Cuando la razón no se encuentra activa o se aleja de la realidad; de forma externa aparecen monstruos como la ignorancia y la superstición. Esto concuerda con una concepción ilustrada. Sin embargo, Goya realiza una crítica a la razón ilustrada. La segunda interpretación va en sintonía con dicha crítica. Esta es que cuando la razón crea utopías genera al interior sus propios monstruos. Estos son el repudio de las contradicciones en el pensamiento o la fantasía. Por otro lado, la realidad no puede ser abarcada únicamente con categorías racionales. La fantasía también muestra un camino para responder ante lo predecible y calculado. La fantasía es la capacidad de ejercitar la creatividad y la imaginación para construir una realidad alternativa que otorgue respuesta a la realidad vital. Y la razón necesita de esta imaginación y creatividad para no perderse en la inflexibilidad de la razón. Esto se podría resumir en una relación entre fantasía y razón. “La fantasía (la sombra) no se opondría, empero, a la razón (la luz)” (Madrid, 2015, p. 3); sino que más bien aportaría a ver las sombras del proceder de la razón.

En segundo lugar, la segunda interpretación elaborada por Madrid (2015) aludiendo a que la leyenda del grabado N°43 de Goya es una crítica a la razón ilustrada, concuerda con el análisis de la dialéctica del mito y la razón elaborado por Horkheimer y Adorno en *Dialéctica de la Ilustración*. Esto debido a que la industria cultural ha perpetuado el sueño de la razón calculadora; construyendo un sujeto alienado por los intereses del mercado. En ese sentido, entre los fantasmas que ha producido el sueño de la razón se encuentran: la manipulación de los sentimientos y la insensibilidad ante el sufrimiento de los demás. En las siguientes líneas se explicará un poco más acerca de estos monstruos producidos por la razón detrás de la industria cultural.

Por una parte, la razón técnica ha organizado la industria cultural, de manera que aquello que incide en la masa consumista conduzca al desarrollo del sistema capitalista en su conjunto. Esto se explica a partir de la manipulación sentimental. El consumidor es

inducido psicológicamente a desear los productos ofrecidos por la industria cultural. La técnica logra que la industria cultural se imponga sobre la masa consumista, de modo tal que “la constitución del público, que en teoría y de hecho favorece al sistema de la industria cultural, es una parte del sistema, no su disculpa”. (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 167). El público alienado por los intereses de la industria cultural se convierte en aquello que nutre el poder económico de los grandes emporios comerciales. El monstruo que acecha a la razón en el individuo es la inconsciencia de la manipulación sentimental de una racionalidad técnica que es dominio en sí mismo y que se encuentra en función de un sistema económico transnacional.

Asimismo, se podría incorporar a la reflexión, la información que los consumidores conceden a la industria cultural. La ‘big data’⁵³ o la gran base de datos que almacenan las empresas. Estos datos son elementales para dirigir con acierto la publicidad correcta al individuo con determinadas cualidades:

“El abastecimiento del público con una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo a una cuantificación tanto más compacta. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente de acuerdo con su 'nivel', que le ha sido asignado previamente sobre la base de índices estadísticos, y echar mano de la categoría de productos de masa que ha sido fabricada para su tipo” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 168).

En definitiva, la industria cultural produce algo hecho a la medida del consumidor. En otras palabras, cualquiera no puede acceder con facilidad a cualquier producto. El lugar del producto está condicionado a lo que la ‘big data’ muestra sobre el consumidor. Con todo ello, la empresa determina con mayor facilidad la ubicación de los consumidores y su cercanía con el mercado. En ese sentido, el problema con la industria cultural, entendida como una superestructura, “es la aceptación acrítica de su existencia como algo irremediablemente necesario, como algo «natural»” (García, 2019, p. 51). La naturalidad se hace evidente en la condición manipuladora de la Industria cultural. Esto induce al ser humano a consumirse a sí mismo.

⁵³ “La definición de big data son datos que contienen una mayor variedad y que se presentan en volúmenes crecientes y a mayor velocidad.” Extraído de: <https://www.oracle.com/es/big-data/what-is-big-data/#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20big%20data,vol%C3%BAmenes%20crecientes%20y%20a%20mayor%20velocidad.>

El segundo monstruo de la industria cultural es la falta de piedad ante el sufrimiento de los demás. Por un lado, existe el individualismo. La sociedad moderna promueve la individualidad como medio por el cual existe progreso y la consecución de la plenitud. Por otro lado, las personas ya no son personas, sino que tan solo son números o cifras en una muestra estadística. La industria cultural planifica la vida de las personas con base en estas cifras; en los tiempos libres la persona es bombardeada por publicidad que incita a que la felicidad está en el descuento o promoción de un par de zapatillas. Después del trabajo, la persona internaliza que necesita un par de zapatillas y las compra. Al final, el individuo incrementa el poder de la empresa que vende zapatillas, sin embargo, aquello no se vincula con mirar las necesidades de los demás. El sufrimiento diario por conseguir alimento no se relaciona con el incremento positivo de los estados de ventas de determinada marca de ropa. Por tanto, el sentido de lo trágico conmueve desde la pantalla de cine o de la televisión, pero no en la vida cotidiana. En otros términos:

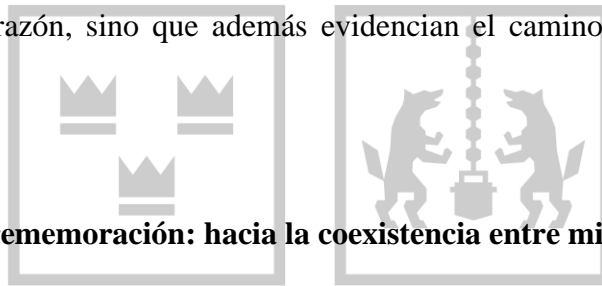
“los grandes socorredores y benefactores de la humanidad, cuyos trabajos científicos deben presentar los autores de los guiones cinematográficos como actos de piedad, desempeñan el papel de guías de los pueblos que al final decretan la abolición de la piedad y saben prevenir todo contagio una vez se ha liquidado hasta el último parálítico” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 196).

Para la industria cultural no es urgente encontrar nuevas formas para eliminar la pobreza; sino por el contrario, encontrar aquello que satisfaga a las masas con el fin de posicionar la marca en el mercado. Sin embargo, para la superestructura no es conveniente eliminar el sufrimiento, pues sin este no sería posible pensar la próxima estrategia publicitaria que lleve al éxito el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado. Por ello, “la mentira no retrocede ante la tragedia. Así como la sociedad total no elimina el sufrimiento de sus miembros, sino que más bien lo registra y planifica, de igual forma procede la cultura de masas con la tragedia” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 196). La mentira de la industria cultural es expandida a sus miembros con el fin de que aquello que promueve, no influya al mirar el sufrimiento del otro.

Este panorama es desalentador. La sociedad moderna todavía requiere de tiempo para pasar de una cultura del consumismo y el descarte a una cultura del humanismo. ¿En qué consistiría esta cultura humanista? Esta es una cultura mucho más sensible frente al sufrimiento de los demás; por ende, “en la sociedad de cultura humanista los hombres volverán a hablar entre ellos, se escucharán y preguntarán con interés humano por el otro;

habrá una recíproca mirada atenta” (Carmona, 2018, p. 365). La mirada hacia al otro no debe ser meramente utilitaria, sino más bien gratuita y desinteresada. Por tanto, la sociedad moderna también logrará mirar los defectos como oportunidad de crecimiento y desarrollo comunitario.

Frente a todo esto, surgen las siguientes preguntas: ¿Cómo darle voz a lo reprimido? ¿Cómo lograr que el sufrimiento interpele las conciencias de los consumidores? ¿Cómo logran formular un pensamiento crítico acerca del sistema mercantil y la industria cultural? Estas preguntas no solo indican el norte de una dialéctica entre el mito y la razón, sino que además evidencian el camino contradictorio de la racionalidad lógica.



3.3 El humor y la rememoración: hacia la coexistencia entre mito y razón

En el *Excursus I: Odiseo, o mito e Ilustración*, Horkheimer & Adorno formulan la tesis central de DI: “el mito es ya Ilustración; la Ilustración recae en mitología” (p. 56). Desde esta comprensión, el mito es ilustrado por la razón y al mismo tiempo la razón procede de forma mitológica. El sujeto es consciente de sí mismo porque organiza la realidad de modo que todo quede calculado y cronometrado; debido a esto lo inhumano se vuelve racionalmente válido: el genocidio⁵⁴. En el capítulo I de la tesis se expuso el sentido del mito y su momento ilustrado. En esta ocasión se abordará la síntesis de ese proceso dialéctico entre el mito y la razón, apoyándose en dos elementos de dicha relación; el humor o la risa y la rememoración. Estas dos ideas forman parte del proceso dialéctico entre mito y razón, puesto que permiten comprender la coexistencia entre ambos.

En primer lugar, Horkheimer & Adorno explicaron en *Dialéctica de la Ilustración* que la figura de Odiseo representa la dialéctica en sí misma. El personaje principal de la *Odisea* de Homero representa aquello que el sujeto moderno es y pretende

⁵⁴ Se hace uso del término genocidio entendiéndolo como aquel “exterminio o eliminación sistemática de un grupo humano por motivo de raza, etnia, religión, política o nacionalidad.” Extraído de: <https://dle.rae.es/genocidio>. El genocidio interpela directamente la vida de los miembros de la escuela de Frankfurt, esto debido a que Adorno y Horkheimer son testigos de los actos genocidas cometidos por el gobierno nazi. Los mismos autores buscan responder y cuestionar estos actos con una serie artículos y libros; entre ellos se encuentran *Dialéctica de la Ilustración* y *Razón Instrumental*.

ser. Odiseo aplica la astucia de la razón de modo tal que sale librado de la muerte. Sin embargo, de regreso a Ítaca y después de haber enfrentado a Polifemo (el cíclope), desciende al sitio de los muertos: el *Hades*⁵⁵. El Hades suscita el último sitio donde se reflexiona sobre la verdadera Odisea. Al llegar al Hades, Odiseo encuentra un lugar familiar, puesto que aún permanece el recuerdo de amigos y familiares. Y la cercanía con estas almas permite que el Hades sea la patria, el hogar. En ese sentido, esta reflexión nos ubica frente a frente con la rememoración⁵⁶. Con mucho cuidado, Homero logra proponer preguntas que impiden que se olvide el recuerdo de los difuntos. Esto se evidencia en la conversación que mantienen Odiseo con el alma de su madre:

[...] Pero ahora pon mente a mi ruego y explica esto otro: ¿Qué destino te vino a abatir en la muerte penosa? ¿Una larga dolencia? ¿O bien la saetera Artemisa te mató disparando sus flechas suaves? Mas dime de mi padre y el hijo que allí me dejó: ¿por ventura en mi puesto de honor se mantienen aún o ha pasado a algún otro de allá sin que nadie ya piense en mi vuelta? [...]⁵⁷

El rasgo atemporal, que pertenece al mito, es con el que Homero se consuela. La atemporalidad permite que el lugar de los muertos se una con el de los vivos y además, aquello complementa el recuerdo de aquellas personas queridas que murieron sin haberlas visto. El vacío que dejan estas personas es llenado con sus imágenes:

“La tierra prometida de Odiseo no es el arcaico reino de las imágenes. Todas esas imágenes acaban revelándole, como sombras en el mundo de los muertos, su verdadero ser: la apariencia. Odiseo se libera de ellas una vez que las ha reconocido como muertas y las ha alejado, con el gesto glorioso de la autoconservación, del sacrificio que él concede sólo a aquellas que le procuran un saber útil para su vida, donde el poder del mito se afirma ya sólo como imaginación, transferida al espíritu” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 125).

⁵⁵ “Hades era el dios del inframundo y también era conocido como Cancerbero, Erebo, Ogro y Plutón. Luego el nombre de Hades pasó para describir al averno o infierno. En otros términos, se trata de un arcaico nombre de una divinidad infernal, quizá heredada de una cultura anterior a la griega.” Extraído de: <http://etimologias.dechile.net/?Hades>

⁵⁶ Entiéndase este término a partir de la definición griega de *anamnesis*, que significa recuerdo. Se dice que los médicos griegos utilizaban esta palabra para hacer referencia al historial médico de una persona. Lo que conlleva a pensar que el recuerdo no era de cualquier cosa, sino de personas. Por ello, hablar de anamnesis es preocuparse por recordar los hechos que dejaron huella en la propia historia. Extraído de: <http://etimologias.dechile.net/?anamnesis>.

⁵⁷ Véase Homero: *Odisea*, XI (170-175)

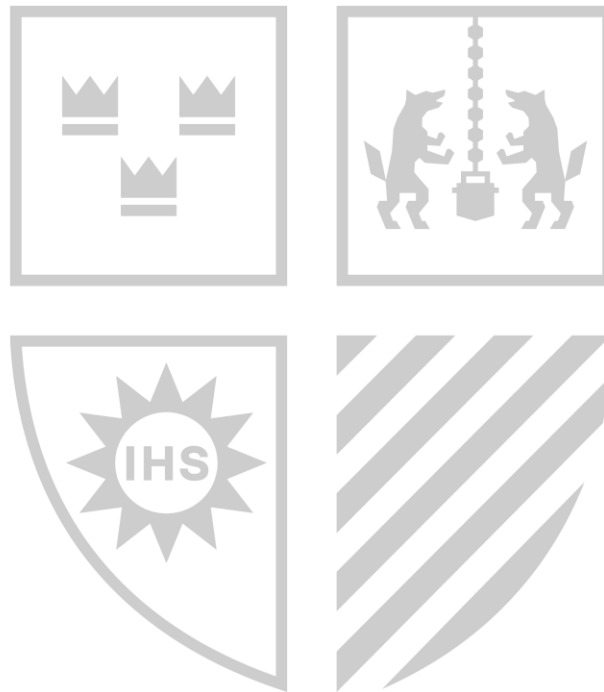
Odiseo quiere deshacerse de aquello que le impide su cometido que es saber el camino correcto para llegar a Ítaca. Aquellas imágenes no propicias son apartadas por la razón. El sujeto moderno acude a una racionalidad que no considera los seres que representan esas imágenes como algo que no contribuye a la superación del mito. Por ello, “reconocer el papel del objeto (imagen) como instancia inefable frente al pensamiento es la manera adecuada para pensar en una transformación de la realidad y un posible rompimiento en el entrelazamiento entre barbarie y racionalidad” (Berriopeña, 2018, p. 61). Por tanto, en el encuentro con el recuerdo de las almas de los antepasados, Odiseo vislumbra algo más que solo la nostalgia o la pena por la muerte de aquellas personas queridas en vida; a un más allá de lo sacrificial: una coexistencia entre mito y razón.

En segundo lugar, y en relación con la rememoración, la risa es el convencimiento de estar cerca de la patria. Tras un breve juego de palabras, Odiseo muestra que la risa hasta hoy se comprende en un doble sentido. Por un lado, es el lugar común donde se forja la fraternidad y, por otro, también en la risa se libera la violencia destructora:

“Si la risa ha sido hasta hoy el signo de la violencia, la irrupción de la ciega y obstinada naturaleza contiene en sí, no obstante, el elemento opuesto: en la risa, la ciega naturaleza toma justamente conciencia de sí misma en cuanto tal y se libera con ello de la violencia destructora” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 126).

La risa o el humor se convierten en destructivas cuando hieren a través de la mofa a otras subjetividades. La risa debe ser compartida por todos y no por unos pocos. El buen humor incluye y no destruye sensibilidades. Ante esto, se acotará que “en la risa se expresa la irrupción de la ciega naturaleza y la reconciliación con ella. En ella se entretejen el recuerdo de los muertos y el deseo de los vivos de llegar a la Ítaca” (Escobar, 2009, p. 399). Por ello, aunque exista una violencia destructora, la risa también es el impulso por el que Odiseo se ve comprometido a arribar a su patria. “La risa está ligada a la culpa de la subjetividad, pero en la suspensión del derecho de ella apunta también más allá de este vínculo: promete el camino a la patria” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 127). En consecuencia, el humor representa ese proceso dialéctico que puede ser destructor, pero al mismo tiempo el impulso para salvar la propia vida y regresar al hogar.

En síntesis, el humor y la rememoración son reflejo de una dialéctica que procura conducir a una humanidad reconciliada consigo misma. A pesar de que el mito y la razón sean dos caras de una misma moneda, las esperanzas por darle voz a lo reprimido siguen estando en la razón y no en el mito. Por ello, hay que avanzar hacia una nueva comprensión del mito; donde el mito también sea promovido como elemento importante en la comprensión de la propia realidad humana y natural.



CONCLUSIONES

El propósito de esta investigación fue identificar cómo la comprensión de la relación dialéctica entre mito y razón permite la reconciliación entre el ser humano y su propia naturaleza. La historia de la humanidad muestra que la razón ha sido prioridad para el desarrollo de muchos avances en la ciencia y tecnología. Insertos en la teoría crítica, Adorno y Horkheimer evidenciaron aquel problema de la razón denominándola instrumental. A lo largo de los capítulos se comprobó y concluyó que en el sujeto habita una dinámica mítica que permite la canalización de lo instintivo; y que este proceso ayuda a la comprensión de sí mismo y de la razón accionando en el mundo. Esto no es más que la incorporación de la reflexión sobre la coexistencia entre mito y razón. A continuación, se realizará un repaso de las principales ideas que sostienen la comprobación de la hipótesis explicada al inicio de estas conclusiones:

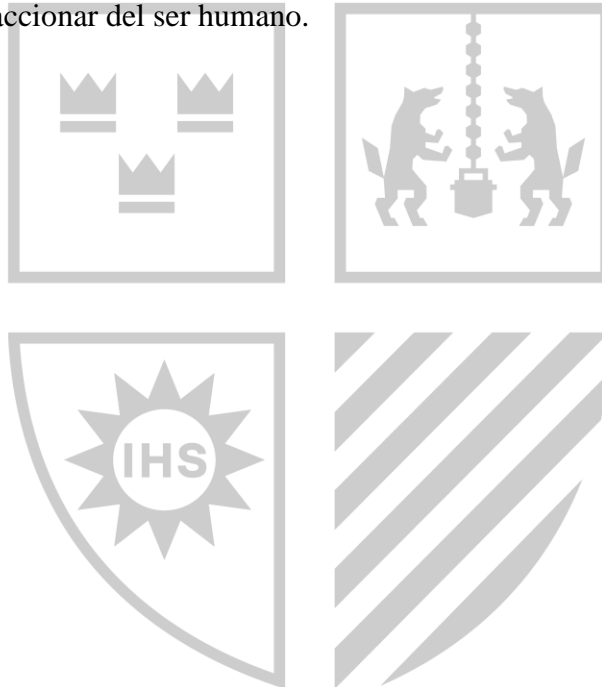
- Primera conclusión. El análisis que realizan Horkheimer y Adorno en *Dialéctica de la Ilustración* (DI) es la base para vislumbrar la relación entre el mito y razón como parte de un proceso ilustrado que no se ve desvinculado de aquella dialéctica, sino que más bien lo experimenta de forma negativa en el propio ser humano. En ese sentido, ayuda a volver sobre la tesis de DI que afirma que el mito siempre ha sido parte de la ilustración. Esta ilustración es mítica en la medida en que se aplica el dominio de la razón sobre lo existente. Sin embargo, ese dominio se convierte en negativo cuando el ser humano experimenta la pérdida de sí mismo (*Selbst*). La identidad se pierde en las resoluciones racionales sobre qué es lo más o menos conveniente en la vida. Por ello, la razón se convierte en orientadora de la relación con lo demás del entorno. El autocontrol es planteado racionalmente, pero aquello no impide la presencia siempre constante de lo mítico, instintivo y natural en el ser humano. Por tanto, no existe una identidad auténtica o un autocontrol pleno sin que la razón dictamine que es lo mejor para el *Selbst*. No obstante, aquello conduce a la pérdida de identidad y de dominio sobre sí mismo.

- Segunda conclusión. La comprensión del *mythos* como parte del *logos* (razón) que se olvida de sí misma conduce a una reflexión sobre el otro significado de logos: palabra. Aquí, ha sido importante develar cómo el logos (palabra) se ha convertido en antítesis de la relación entre el ser humano y los productos de consumo. En la modernidad, la palabra es el medio por el cual se logra dominar a las masas. Estas masas están dispuestas a consumir todo aquello que les imponga la superestructura o industria cultural; mediante estrategias publicitarias la industria cultural induce al sujeto a comprar bienes que, en ocasiones, son innecesarios. En el capítulo *La industria cultural: Ilustración como engaño de masas* de DI, Horkheimer y Adorno reflexionan sobre el concepto de industria cultural y la aplicación de la razón instrumental en la sociedad moderna. La manipulación, la falta de sensibilidad ante el sufrimiento humano, la estandarización de la vida, etc., son parte del sistema de mercado que mantiene el control sobre el sujeto. El *logos* domina al sujeto y este se ve influenciado para consumir aquello que no necesita. He ahí la antítesis del proceso dialéctico entre el mito y la razón. Por tanto, un sistema que crea productos a la medida del consumidor también forman individuos con falta de criticidad para descubrir qué es lo realmente urgente y lo innecesario en la vida.

- Tercera conclusión. ¿Puede ser el mito el medio para volver a una tesis más integradora en la relación entre el mito y la razón? En los capítulos I y II de la investigación se ha buscado comprender cómo aquella relación también afecta la vida del ser humano. Lo que se tiene es un sujeto que carece de reconocimiento de lo que habita en él; esto es la dialéctica entre mito y razón. En la actualidad pensar en que se podría resolver esta relación en términos de reconciliación es pretencioso, por ello, es mucho más interesante plantearlo en la línea de la coexistencia. La coexistencia permite la interdependencia entre el mito y la razón; pero sobre todo el reconocimiento de dicha relación. ¿Cómo reconocer esa coexistencia? Horkheimer y Adorno plantean una reflexión interesante en el *Excursus I* sobre la *Odisea*. Ulises se encuentra en el Hades, es decir, el lugar de los muertos; surgen aquí el reconocimiento de dos elementos la *anamnesis* (del gr: rememoración) y el humor. Tanto el recuerdo de los seres queridos y el humor como la conexión con las almas expresan el reconocimiento de la coexistencia entre mito y razón. En la actualidad, ¿Qué tanto se hace uso de estos elementos para comprender la relación entre mito y razón? El ser humano no se puede instalar en la razón

para acercarse al recuerdo de alguien querido, sino que también debe existir el mito que aliente el recuerdo y reconstruya la figura de aquellos que formaron parte de la vida. He aquí la nueva tesis. El reconocimiento de una nueva relación entre el mito y la razón a partir de una comprensión distinta del mito, que no se vea opacada por la prioridad que se le ha otorgado a la razón para el desarrollo de la humanidad.

Finalmente, la formación humana también requiere una mirada reflexiva sobre las enseñanzas que se han heredado de los mitos. El saber mítico no es algo que ya pasó, sino más bien algo que permanece y ayuda a comprenderse a sí mismo y a la razón accionando en el mundo. La razón se encuentra en el mito y el mito en la razón; se diferencian uno de otro, no obstante, viven interrelacionados y se muestran cada vez con mayor fuerza en el accionar del ser humano.



RECOMENDACIONES

A partir de lo investigado y concluido, propongo algunas ideas para futuras investigaciones. En ese sentido, cabría las preguntas de ¿Se podría hablar del mito desde la razón? y ¿Se podría convertir los saberes míticos en una racionalidad? Esto debido a que, plantearse que en el mito subyace una racionalidad puede ser problemático. Una línea de investigación al respecto podría conducir las reflexiones de manera interdisciplinar. Por ejemplo, se investigaría filosóficamente cuáles son los aportes de la antropología acerca de la relación entre mito y razón. El estudio abordaría la cultura y la influencia en los individuos de determinadas regiones. No obstante, también se podría considerar tres líneas temáticas y asociativas para futuras investigaciones:

- Primera recomendación. La primera tiene que ver con la correspondencia entre el mito y la razón, donde la ilustración siempre mantuvo su momento mítico. ¿Cómo la dialéctica entre el mito y la razón influye en el sujeto? ¿Cómo iniciar un proceso de reconocimiento de dicha dinámica que habita en el sujeto moderno y contemporáneo? Respondiendo a estas preguntas existen estudios que vinculan los saberes míticos y la pedagogía. Se comprende que es posible utilizar los mitos como un instrumento pedagógico en la enseñanza de los niños, niñas y adolescentes con el fin de crear un criterio más amplio de la realidad y mucho más integral entre las culturas. En esa línea podrían ayudar los estudios: *Mito y pedagogía* de Duch (2015) y *Consideraciones teórico-metodológicas del mito como vía de comprensión e integración cultural* de Ramírez & Santos (2018).

- Segunda recomendación. Es importante seguir investigando acerca de lo que propone la industria cultural en el siglo XXI. Es posible que existan otros conceptos que se estén manejando en la literatura filosófica contemporánea. Una pregunta que surge al respecto es ¿cuál es la relación entre industria cultural y el mundo digital?; puesto que, en este tiempo de la era digital, los medios de comunicaciones y las redes sociales han

captado la atención de los grandes emporios comerciales que ven a estos medios una herramienta para incrementar la publicidad de sus productos y por tanto, sostener el sistema de dominio sobre el consumidor. Todo ello conforma sujetos que descartan y son descartados. Por tanto, aquí hay que avanzar hacia una nueva sensibilidad como seres humanos. En *De la industria cultural a la cultura humanista*, Carmona (2018) plantea que la meta a lograr es una cultura humanista que priorice al ser humano como eje que moviliza al sistema en el que se vive.

- Tercera recomendación. Una última línea de investigación, que se desprende de la anterior, se encuentra al abordar la relación entre los mitos y la naturaleza. Es evidente que existe una preocupación relevante a nivel mundial sobre la relación entre el ser humano y el medio ambiente. El mito podría ayudar en gran medida a esa problemática, debido a que ofrece una mirada menos racionalista y calculadora. Esta apertura hace que se pueda construir una relación más abierta a la imaginación y la creatividad propias del ser humano.

Finalmente, esta propuesta de temas a seguir investigando a futuro son posibles ejes que conducen a la reflexión crítica sobre la realidad del sujeto en el siglo XXI. Tanto la relación entre el mito y la pedagogía; la industria cultural en el siglo XXI y la relación entre el ser humano y la naturaleza son temas que interesan a la teoría crítica y que no escapan a la realidad tan variable que necesita ser reflexionada a partir de la propia humanidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adrados, F., Fernández-Galiano, M., Gil, L., & Lasso de la Vega, J. (1983). *Introducción a Homero*. Madrid: Guadarrama.
- Baeza, M. (2008). Violencia y sacrificio. La contribución antropológica de René Girard y reflexiones para la investigación. *Sociedad Hoy*(15), 45-54.
- Barceló, J. (2018). En torno al mito de los griegos. *Límites: Revista de estudios clásicos*, 205-224.
- Bernays, E. (2008). *Propaganda*. Numancia: Editorial Melusina, S.I.
- Berrio-Peña, A. (2018). Dialéctica de la Ilustración en clave de Max Horkheimer y Theodor Adorno: entrelazamiento entre la barbarie y la racionalidad. *Quaestiones Disputatae - Temas en Debate*, XI(23), 39-65.
- Blumenberg, H. (2004). *El mito y el concepto de realidad*. Barcelona: Herder Editorial, S.L.
- Bottici, C. (2008). Mythos and Logos: A Genealogical Approach. *Epoché*, 1-24.
- Carmona, L. (2018). De la industria cultural a la cultura humanista. *ANÁLISIS*, L(93), 355-367. doi:<http://dx.doi.org/10.15332/s0120-8454.2018.0093.04>
- Cassirer, E. (2004). *El Mito del Estado*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Duarte, R. (2011). Industria cultural 2.0. *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, 90-117.
- Duch, L. (2002). *Mito, interpretación y cultura*. Barcelona: Editorial Herder, S. A.
- Eliade, M. (1991). *Mito y realidad*. Barcelona: Editorial Labor, S. A.
- Entel, A. (2005). *Escuela de Frankfurt: Razón, arte y libertad*. Buenos Aires: Eudeba.
- Escobar, J. (2009). Mito y reconciliación. Sobre el concepto de mito en la Dialéctica de la Ilustración. *Areté. Revista de Filosofía*, 21(2), 381-400.

- Facundo, M. (2017). La teoría del sujeto en Dialéctica de la Ilustración: una poca explorada marca freudiana. *Discusiones Filosóficas*, 31, 134-148. doi:10.17151/difil.2017.18.31.8.
- Fernández, G. (1984). El mito como lenguaje. *La Palabra y el Hombre*(50), 54-62.
- Ferry, L. (2009). *La sabiduría de los mitos. Aprender a vivir II*. Madrid: Santillana Ediciones Generales, S. I.
- Freud, S. (1992). *Obras completas. Más allá del principio de placer. Psicología de las masas y análisis del yo y otras obras. (1920-1922)* (Vol. 18). Buenos Aires: Amorrortu editores S.A.
- Friedman, G. (1986). *La filosofía política de la escuela de Frankfurt*. México, D. F.: Fondo de cultura económica, S. A.
- Funk, J. (2021). Beyond instrumental rationality. For a critical theory of freedom. *Estudios de Filosofía*, 69, 91-108. doi:10.17533/udea.ef.n63a05
- Gadamer, H.-g. (1997). *Mito y razón*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- García, A. (2019). Adorno, Horkheimer y la «industria cultural»: La construcción de una crítica de la superestructura. *Tendencias Sociales. Revista de Sociología*(3), 48-59. doi:10.5944/ts.3.2019.23587
- García, C. (2014). *Sirenas. Seducciones y metamorfosis*. Madrid: Turner Publicaciones S. L.
- García, L. (2017). Escrituras de la inequivalencia. Para una relectura de la industria cultural de Theodor W. Adorno. *Claridades. Revista de filosofía*, 98-126.
- Girard, R. (2005). *La violencia y lo sagrado*. Barcelona: Editorial Anagrama, S. A.
- Grimal, P. (1991). *La mitología griega*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Guzmán, F. (2011). Del mito al Lógos: ¿Desplazamiento a la edad de la razón? *Filosofía UIS. Escuela de Filosofía*, 10(2), 137-155. doi:10.18273/revfil
- Hernández, J., Moral de Calatrava, P., & Caballero, M. (2002). Mythos, techne y logos: aproximaciones al origen de la ciencia occidental a través de las obras de Homero y Hesíodo. *Cultura de los Cuidados. Revista de Enfermería y Humanidades*, 6(12), 95-99. doi:10.14198/cuid.2002.12.14
- Hesíodo. (2006). *Obras y fragmentos: Teogonía. Trabajos y días. Escudo. Fragmentos. Certamen*. (A. Pérez, & A. Martínez, Trads.) Madrid: Editorial Gredos, S. A.
- Homero. (2014). *Odisea*. (J. Pabón, Trad.) Madrid: Editorial Gredos, S. A.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta, S. A.

- Jay, M. (1989). *La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt*. Madrid: Taurus Ediciones, S .A.
- Jeffries, S. (2018). *Gran hotel Abismo. Biografía coral de la Escuela de Frankfurt*. Madrid: Turner Publicaciones S. L.
- Kant, I. (1997). *Crítica a la razón pura* (Decimotercera ed.). (P. Rivas, Trad.) Madrid: Santillana, S. A.
- Kant, I. (2013). *¿Qué es la Ilustración? Y otros escritos de ética, política y filosofía de la historia*. (R. R. Aramayo, Ed.) Madrid: Alianza Editorial, S. A.
- López, J. (2016). El movimiento pendular mythos-logos: hacia una dialéctica comprensiva mito-lógica. *Revista Praesentia*(17), 80-96.
- López, J. (2020). Hablar para decir, no para mentir: la lengua del mito. *El Futuro del Pasado*(11), 151-170. doi:<https://doi.org/10.14516/fdp.2020.011.006>
- Madrid, C. (Septiembre de 2015). *Goya ¿Espíritu de la Ilustración?* Obtenido de El Catoblepas: <https://www.nodulo.org/ec/2015/n163p03.htm>
- Madrid, R. (2011). Sobre verdad y falsedad en el mito griego. Pistas desde la filosofía para concebir un modo de verdad presente en el mito. *Byzantion Nea Hellás*, 27-37.
- Maiso, J. (2018). Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico. *Escritura e Imagen*, 133-148. doi:10.5209/esim.62767
- Marx, K. (2008). *El Capital. Crítica de la economía política. El proceso de producción de Capital I*. México, D. F.: Siglo XXI editores, s. a. de c. v.
- Maya, C. (2011). Adorno y la industria cultural: De la Escuela de Frankfurt al Internet. *Revista Nexus Comunicación*, 27-36. doi:10.25100/nc.v0i7.865
- Míguez, A. (2011). Acerca del comienzo de la Odisea. *Myrtia*(26), 11-26.
- Míguez, A. (2013). Hacia una interpretación de la Odisea I. *Revista Laguna*(32), 9-26.
- Pastor, J. A. (Mayo de 1998). *Corrientes interpretativas de los mitos (Tesis de licenciatura)*. Universidad de Valencia. Obtenido de <https://www.uv.es/~japastor/mitos/t-indice.htm>
- Ramírez, C., & Santos, C. (2018). Consideraciones teórico-metodológicas del mito como vía de comprensión e integración cultural. *Praxis & Saber. Revista de investigación y pedagogía*, 9(20), 41-74. doi:10.19053/22160159.v9.n20.2018.8295
- Ruiz, C. (2011). El fetichismo y la cosificación de las relaciones sociales en el sistema capitalista. *Praxis Filosófica*, 191-206.

- Sófocles. (1981). *Tragedias*. Madrid: Editorial Gredos.
- Solares, B. (2001). Mito e ilustración en el pensamiento de Frankfurt. *Revista Mexicana de Ciencia Políticas y Sociales*, 44, 47-62. doi:10.22201/fcpys.2448492xe.2001.182-3.48345
- Todorov, T. (2011). *Goya. A la sombra de las luces*. Barcelona: Circulo de Lectores, S. A.
- Vernant, J.-P. (1973). *Mito y pensamiento en la Grecia Antigua*. Barcelona: Editorial Ariel, S. A.
- Vernant, J.-P. (2003). *Mito y sociedad en la Grecia Antigua*. Madrid: Editorial Ariel, S. A.
- Vidal-Naquet, P. (2003). *El mundo de Homero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, S. A.
- Whitebook, J. (2019). Psychoanalysis and Critical Theory. En P. Gordon, E. Hammer, & A. Honneth, *The Routledge Companion to the Frankfurt School* (págs. 32-47). Taylor & Francis. doi:10.4324/9780429443374-3
- Zapata, J. (2009). Del mito al logos y el origen del concepto de physis. *Katharsis*, 111-132.
- Zizek, S. (2005). *Las metástasis del goce: seis ensayos sobre la mujer y la causalidad*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF.
- Zuluaga, R. (2015). "Odiseo, una defensa del mito". Una mirada crítica a la crítica del mito. *Revista Colombiana de las Artes Escénicas*, 9, 172-181.