

¿QUÉ SIGNIFICA HOY TEORÍA CRÍTICA DE LA INDUSTRIA CULTURAL? ENTREVISTA A ROGER BEHRENS

What is Critical Theory of the Culture Industry Today?
Interview with Roger Behrens

JORDI MAISO*

jordi.maiso@gmail.com

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2011

Fecha de aceptación definitiva: 16 de septiembre de 2011

Roger Behrens (Hamburgo, 1967) es publicista y docente de filosofía, sociología y teoría de la cultura en las universidades de Hamburgo, Weimar y Lüneburg en Alemania. Desde sus primeras publicaciones en los años 90, se ha distinguido como uno de los autores más relevantes a la hora de recibir y desarrollar los planteamientos de la teoría crítica de la industria cultural. Su interés no sólo se centra en los autores “clásicos” de la Teoría Crítica, sino también en fenómenos contemporáneos de la cultura pop, que Behrens no analiza como manifestaciones meramente “culturales”, sino desde la óptica de una teoría crítica de la sociedad. Sus análisis no rehuyen la confrontación con otras corrientes como los *Cultural Studies* o la postmodernidad, pero desde una perspectiva fiel a una concepción no dogmática de teoría crítica, centrada en la posibilidad de emancipación. En su trabajo, Behrens recupera impulsos de una tradición de pensamiento que no desdeña la “escoria del mundo de los fenómenos” y no se echa atrás ante el riesgo de confrontarse con problemas que –pese a su carácter cotidiano y aparentemente “prosaico”– ponen a prueba la capacidad de la teoría. De ahí que, además de autor de libros sobre Adorno (*Adorno ABC*, 2003, y *Verstummen. Über Adorno*, 2004),

* Freie Universität zu Berlin.

Marcuse (*Übersetzungen. Studien zu Herbert Marcuse*, 2000) o sobre teoría crítica del pop y la cultura de masas (*Pop Kultur Industrie*, 1996, *Die Diktatur der Angepassten. Texte zur kritischen Theorie der Popkultur*, 2003 y *Krise und Illusion. Beiträge zur kritischen Theorie der Massenkultur*, 2003), haya realizado análisis sobre urbanismo, sobre IKEA, o sobre subcultura, punk y bossa nova¹. Es también co-editor de la revista *Testcard*, centrada en la historia de la cultura pop, y miembro de la redacción de la *Zeitschrift für kritische Theorie*. De ahí que la redacción de *Constelaciones* haya apostado por entrevistarle en un número que aspira a tantear las posibilidades de continuación de la teoría crítica de la industria cultural.

JM – Señor Behrens, cuando uno se enfrenta hoy a la problemática de la industria de la cultura, parece inevitable constatar que el concepto mismo de “industria cultural” se ha convertido en un tópico. Su dimensión crítica, por no hablar de su elemento irónico, apenas resultan perceptibles en el uso corriente del término. Sin ánimo de incurrir en definiciones, ¿podría decirnos qué entiende usted por industria cultural? En una sociedad post-fordista y globalizada en la que todo se convierte en mercancía, ¿tiene sentido seguir usando este concepto?

RB – En efecto, el concepto de industria cultural ha quedado reducido a mero tópico y es usado de modo banal. Unos identifican la industria cultural con el poder de los grandes consorcios mediáticos, que se aprovechan comercialmente de una subcultura presuntamente auténtica y la destruyen sin contemplaciones; otros, de forma positiva y positivista, usan esta denominación para referirse al éxito del sector del entretenimiento. Ambas perspectivas implican una despotenciación, no sólo de este concepto crítico, sino de la teoría crítica misma, de la crítica en cuanto tal.

La crítica de la comercialización se queda corta. Para comprender que lo que los medios nos presentan cotidianamente como cultura no es más que chatarra desoladora, aburrida y a menudo reaccionaria, no hace falta una teoría crítica. En principio apenas existen aún diferencias entre una supuesta “cultura comercial” y una cultura presuntamente auténtica –ya sea alta cultura o subcultura–. Ambas forman

¹ Muchos de los textos de Roger Behrens están disponibles en su página web: <http://rogerbehrens.net>

un sistema, un todo, y “el todo es lo no verdadero”². Este sistema incluye hoy tanto a apocalípticos como a integrados (Umberto Eco). La industria cultural no se limita ya a un sector, a determinadas empresas y consorcios, sino que es expresión de una sociedad totalmente determinada por el capitalismo: ya no existe nada fuera de éste, ningún reducto en el que refugiarse, porque la lógica del valor y del beneficio se expanden hasta los rincones más íntimos del ser humano.

La reducción de la industria cultural a mero eslogan se aprecia también en que los fenómenos que se designan con ella, así como la palabra misma, apenas son objeto de diferenciación histórica. Adorno y Horkheimer introdujeron el concepto en los años cuarenta, pero parece que sólo hoy nos enfrentamos realmente a una industria cultural; en consecuencia, lo que Adorno y Horkheimer desarrollan en *Dialéctica de la Ilustración* sería tan sólo un pronóstico visionario. Lo que Adorno y Horkheimer pretendían era desarrollar una teoría crítica de la sociedad. En *Dialéctica de la Ilustración* (1944/1947) no se limitan a dar cuenta de todo cuanto hay de mísero y terrible en el mundo, sino que intentan desentrañar la lógica histórica de esta miseria y de este terror. Y, bajo los títulos temáticos de “Industria cultural. Ilustración como engaño de masas” y –algo que tiende a pasarse por alto en la recepción de la industria cultural– “Elementos de antisemitismo”, esbozan una teoría crítica de la sociedad de su momento histórico. Adorno y Horkheimer intentan comprender “por qué la humanidad, en lugar de entrar en un estado verdaderamente humano, se hunde en un nuevo género de barbarie. Habíamos subestimado las dificultades de la exposición, porque seguíamos confiando demasiado en la conciencia contemporánea”³. Esta “conciencia contemporánea” se sedimenta en la industria cultural: ella misma se ve afectada por la dialéctica de la Ilustración.

El propio nombre de “industria cultural” contiene ya algo de tópico, y podría decirse que Adorno y Horkheimer usaron la expresión con un toque de humor, como interrupción irónica de una cultura sometida a la sociedad industrial del capitalismo tardío; Detlev Claussen ha señalado este momento irónico, desmintiendo los agresivos ataques dirigidos contra Adorno, que le reprochan su supuesta añoranza de la alta cultura burguesa y no haber entendido nada de la cultura de masas. La dimensión irónica del concepto “industria cultural” se dirige sobre todo contra el conservadurismo de la crítica cultural elitista: “No se trata de la cultura

² Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, *Gesammelte Schriften* 4, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2003 [en adelante GS seguido del volumen], pág. 55.

³ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 11.

como valor, tal y como la entienden Huxley, Jaspers, Ortega y Gasset y otros, sino que la Ilustración debe volver reflexivamente sobre sí misma si no quiere traicionar completamente a los seres humanos”⁴.

Sin embargo la palabra “industria de la cultura” no vale gran cosa como tópico, y rehuye toda definición programática. Si bien es cierto que el concepto ocupa un lugar central en la *Dialéctica de la Ilustración*, en textos posteriores aparece menos de lo que cabría esperar dada su importancia temática. Sin duda, el concepto aparece en algunos textos de Adorno sobre la televisión, así como en la *Introducción a la sociología de la música* o en el “Resumen sobre industria cultural”. Pero también se habla de mundo administrado o, en Marcuse, de sociedad unidimensional. ¿En qué consiste entonces la industria de la cultura? Me parece que serían centrales dos aspectos:

En primer lugar la industria cultural anula la diferencia entre hechos y ficciones, tal y como argumenta Adorno a propósito de la astrología en *The Stars Down to Earth*, su estudio sobre las columnas del horóscopo en el *Los Angeles Times*⁵: elementos de ficción, como por ejemplo las constelaciones de estrellas, se materializan en presuntos hechos pseudo-concretos. El carácter irracional de esta racionalidad, que cobra expresión en la “razón instrumental” (Horkheimer) o en la “racionalidad tecnológica” (Marcuse), une lo “cultural” con lo social no sólo a nivel ideológico, sino también como práctica cotidiana, sobre todo a través del consumo. Porque el consumo repite y confirma el fetichismo de la mercancía en el propio mundo de la vida; en él se establece un vínculo entre las ficciones sociales asociadas a la mercancía y la facticidad de lo individual y del destino individualizado.

Cultura e industria cultural se ensamblan mutuamente; las necesidades (tal y como las concibe la cultura de masas) no sólo son satisfechas de modo industrial (mediante la producción de masas), sino que tanto las necesidades mismas como los modos de satisfacerlas son industrializados. Las formas de producción estandarizadas de los grandes estudios de Hollywood producen “cultura” al igual que una industria textil produce tejidos y un horno panadero produce panes; pero, al mismo tiempo, también producen la conciencia de esta “cultura”: tanto los contenidos como las formas de conciencia, y también el inconsciente. A esto se refería el concepto de “industria de la conciencia”, que Hans Magnus Enzensberger introdu-

4 Ibid., pág. 15.

5 Theodor W. ADORNO, *The Stars Down to Earth* [traducida al español como *Bajo el signo de los astros*, en *Escritos sociológicos II*, 2, Tres Cantos: Akal, 2011], GS 9.2, pág. 34.

jera en los años sesenta⁶, y también la célebre denominación de la industria cinematográfica que Ilja Ehrenburg eligiera como título para una novela: “la fábrica de sueños”⁷.

En segundo lugar, la industria cultural es característica de una sociedad en la que todo se convierte en mercancía y queda determinado por la forma de la mercancía. Así se anula de la diferencia entre hechos y ficciones: el mecanismo de la mercancía, mediante el cual las relaciones de producción se nos presentan como algo aparentemente natural, duplica estas mismas relaciones en su reproducción, de modo que toda mercancía cultural es al mismo tiempo publicidad del mundo tal y como es.

Pero esto son solo dos aspectos de la industria cultural. Lo importante es no perder de vista que su marco histórico es la primera mitad del siglo XX, sobre todo con la irrupción de la sociedad de consumo después de la Primera Guerra Mundial en los años veinte. Lo que Adorno y Horkheimer analizaron como industria cultural pertenece a esta fase del capitalismo, que Gramsci fue el primero en designar *de modo crítico* como fordismo. Rudolf Lüscher ha ofrecido una convincente definición del fordismo: “Se le podría caracterizar mediante cuatro rasgos, que remiten a la organización de la producción en grandes empresas, pero que afectan también al conjunto de la sociedad: I) Progresiva articulación de las actividades humanas en la ingeniería y la sociología; II) continuación de todos los procesos productivos y reproductivos; III) ajuste de la producción (masiva) de bienes y el consumo (masivo) de bienes; IV) control de este mutuo ajuste mediante la cuantía del salario”⁸. Por tanto, a *grosso modo* podría decirse que el fordismo es la unión de la producción en la cadena de montaje y las relaciones públicas (Edward Bernays, nieto de Sigmund Freud y uno de los pioneros de la moderna propaganda de consumo, lo denominó “*Engineering Consent*”⁹). Esta unión representa la industria cultural *in nuce*.

En la sociedad post-fordista globalizada, este proceso ha alcanzado nuevas proporciones; en cierto modo, la industria cultural ha sido absorbida en la cultura pop, que la ha refinado estructural y sistemáticamente. Adorno y Horkheimer

⁶ Cfr. Hans Magnus ENZENSBERGER, *Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1969.

⁷ Cfr. Ilja EHRENBURG, *Traumfabrik*, Berlin: Malik Verlag, 1931.

⁸ Rudolf LÜSCHER, *Henry und die Krümelmonster. Versuch über den fordistischen Sozialcharakter*, Tübingen: Kursbuch, 1988, pág. 29.

⁹ Cfr. Edward BERNAYS, *Propaganda. Die Kunst der Public Relations*, Friburgo: orange-press, 2007.

hablaron de industria cultural en una época marcada por el nacional-socialismo, el estalinismo y la democracia de masas. Para no perder de vista esta mediación histórica en la confrontación actual con la industria cultural es necesario volver histórica y críticamente sobre el concepto. En general, el término “industria de la cultura” sigue siendo capaz de dar cuenta de la situación, pero el análisis específico requiere una diferenciación mayor; en mi opinión, el concepto de pop es el más adecuado en este sentido.

JM – Usted ha criticado duramente un modelo de recepción de la teoría de la industria cultural que la reduce a una dimensión meramente cultural y estética. ¿Cuáles son los peligros de esta culturalización y estetización de la crítica? ¿Qué es lo específico de la Teoría Crítica de la industria de la cultura? ¿Qué la distingue de otras aproximaciones, como la teoría de la comunicación o los estudios culturales?

RB – La teoría crítica (renunció a las mayúsculas para no reducir la crítica a un determinado círculo de personas) es teoría crítica de la sociedad, no crítica de la cultura. Parafraseando la famosa definición del criticismo kantiano, su objetivo son las condiciones de posibilidad de la emancipación. En un enfoque materialista, esto implica analizar las condiciones de realidad de las circunstancias dominantes; es decir: de las relaciones de dominio. No se trata de interpretar el mundo, sino de transformarlo. Interpretación y transformación se encuentran en una relación dialéctica entre sí, pero también en una relación ideológica. Desde los escritos de Karl Korsch y Georg Lukács hasta la *Dialéctica negativa* de Adorno y *El hombre unidimensional* de Marcuse, pasando por los textos de Benjamin, la teoría crítica se ha centrado en la relación dialéctica entre interpretación y transformación del mundo. Por el contrario, la industria cultural produce esta relación como ideología: cualquier interpretación, por banal que sea, es propagada una y otra vez como si fuera una transformación del mundo. Por tanto, la teoría crítica quiere cambiar las circunstancias existentes. Pero esta transformación no remite a una simple mejora, tampoco a un embellecimiento de la fachada, sino a la eliminación de raíz de estas circunstancias. Sin embargo la teoría crítica forma parte de estas circunstancias, no goza de una posición privilegiada ni las observa desde fuera. También la crítica de la industria cultural forma parte de ésta, porque la industria cultural es un sistema amplio al que también pertenecen las instituciones educativas, las escuelas y las universidades. La teoría crítica es por tanto parte del sistema.

Para lograr quebrantar la inmanencia de las circunstancias, la teoría crítica insiste en la crítica inmanente. Se trata de un impulso crítico que también pueden encontrarse en Georg Simmel o Ernst Cassirer: también ellos reflexionan sobre la cultura como relación social. Los *Cultural Studies*, en la medida en que se han establecido académicamente como ciencia de la cultura, invierten la perspectiva, y describen la sociedad como relación cultural. A partir de los años ochenta, esta culturalización –que Raymond Williams o Stuart Hall concibieron como crítica del marxismo burocrático del partido socialista– se ha autonomizado académicamente y, paradójicamente, ha llevado a una absolutización y a un aislamiento de “lo cultural”. Se trata de mecanismos que forman parte de la lógica de la industria cultural. Pero esto comporta otro problema: en este culturalismo absolutizado y aislado, los seres humanos aparecen como actores que irrumpen desde fuera, y que en el mejor de los casos actúan como sujetos en el sentido de la tipología del rol. Por su parte, también la crítica irrumpe aquí desde fuera, y por tanto no es inmanente. Esto puede apreciarse en el concepto de ideología, que los *Cultural Studies* –bajo la influencia de Althusser– usan de modo distinto al de la teoría crítica; ésta remitía a la inmanencia de lo ideológico y entendía la crítica del dominio como crítica del sujeto: por ello la ideología no era mentira, mucho menos una visión del mundo, sino falsa conciencia socialmente necesaria.

Sin duda, los *Cultural Studies* son un proyecto político, y en esta medida también teoría crítica de la sociedad, pero no son una teoría crítica del sujeto ni una teoría del sujeto crítico. Su perspectiva deja de lado lo que Adorno y Horkheimer llamaran “pseudo-individualidad”¹⁰, un fenómeno que fue detalladamente analizado en los *Estudios sobre autoridad y familia* y *Estudios sobre la personalidad autoritaria*.

Por su parte, la teoría de la comunicación –pienso sobre todo en los escritos tempranos de Habermas hasta la *Teoría de la acción comunicativa*– presenta también un punto débil en relación con el sujeto. Con dichas teorías se puede recuperar el imperativo categórico de Kant, tal y como fuera formulado en sus versiones de filosofía moral, pero no el imperativo categórico marxiano de “derrubar todas las relaciones en las que el ser humano es una criatura degradada, esclavizada, desamparada y despreciada”¹¹. Finalmente, el imperativo categórico que señalara Adorno les resulta totalmente ajeno: “Hitler ha impuesto a los seres humanos, en su estado

¹⁰ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 177 s.

¹¹ Karl MARX, “Kritik der Hegelschen Rechtsphilosophie. Einleitung”, en *Max Engels Werke*, Berlín: Dietz, 1981 (en adelante MEW), pág 385.

de no libertad, un nuevo imperativo categórico: organizar el pensamiento y la acción de modo que Auschwitz no se repita, que no ocurra nada semejante”¹². Las experiencias que, en las condiciones de la modernidad capitalista y después de la “quiebra de la civilización”, llevaron a la formulación de este imperativo categórico, resultan completamente inaccesibles tanto a los *Cultural Studies* como a la teoría de la comunicación.

Por lo demás, *Cultural Studies* y teoría de la comunicación comparten una confianza de base en el orden democrático. Ambas tienen un deseo bienintencionado y democrático –en ningún caso conservador o reaccionario– de que la cultura sea mejor de lo que es, de que llegue a ser un resto, una subcultura, un reducto, al menos un reducto simbólico de resistencia simbólica. Podría decirse que los *Cultural Studies* creen en la cultura que es su objeto de estudio del mismo modo que la teoría de la comunicación confía por principio en la comunicación. La teoría crítica no tiene este momento afirmativo: para ella “cultura” y “comunicación” son conceptos fundamentalmente críticos. Su concepto de cultura sigue el análisis freudiano en *El malestar en la cultura*, según el cual la cultura no es en sí misma algo positivo, un valor en sí. Dicho cínicamente, el asesinato sistemático de los judíos alemanes en manos de los nazis confirmó esto de forma brutal, ya que se llevaba a los judíos a las cámaras de gas con el acompañamiento de música de Beethoven. Por ello puede leerse en *Minima moralia*: “La idea de que, después de esta guerra, la vida pueda continuar 'normalmente', o de que la cultura pueda ser 'reconstruída' –como si la reconstrucción de la cultura no fuera ya en sí misma la negación de ésta–, es estúpida. Millones de judíos han sido asesinados, y eso sería un interludio y no la catástrofe misma. ¿A qué espera aún esta cultura?”¹³. Y en *Dialéctica de la Ilustración*: “La barbarie estética del presente culmina la amenaza que se cierne sobre los productos espirituales desde que éstos fueran reunidos como cultura, y de este modo neutralizados. Hablar de cultura siempre estuvo en contra de la cultura. El denominador común de la cultura contiene ya virtualmente el registro, la catalogización, la clasificación que integra la cultura en el ámbito de la administración. Solo la subsunción industrializada y consecuente está a la altura de este concepto

¹² Theodor W. ADORNO, *Negative Dialektik*, GS 6, pág. 358.

¹³ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 61 s.

de cultura”¹⁴. Löwenthal ha llevado a cabo una crítica similar al concepto de comunicación¹⁵.

Por lo demás, en los primeros años en Estados Unidos, Adorno y –por lo que sé– también Hanns Eisler y Herbert Marcuse hablaban de “communication industry”, un concepto que puede encontrarse ya en los manuscritos de *El capital* de Marx¹⁶.

JM – El subtítulo del capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración* es “Ilustración como engaño de masas”. ¿Qué se quiere decir con ello? En vista de frases como “divertirse significa estar de acuerdo” o del diagnóstico sobre la reducción del público al “modo de reacción de los anfibios”, que son citadas una y otra vez por sus detractores, ¿están justificados los reproches de elitismo y conservadurismo cultural? Adorno y Horkheimer, ¿subestimaron los potenciales emancipatorios de la cultura de masas tanto como se les echa en cara?

RB – La frase “Ilustración como engaño de masas” es interpretada a menudo como hipótesis de manipulación. Pero no se trata de mera manipulación, como si la industria cultural fuera un simple timo, un engaño, o una mera variante democrática del terror totalitario. La frase es *Ilustración** como engaño de masas, y lo que la industria cultural propaga en nombre de la Ilustración es libertad y felicidad. No se trata de una no-libertad que se vende como libertad, tampoco de una mentira presentada como verdad –como ocurre en *1984* y *La rebelión en la granja* de Orwell o en *Un mundo feliz* de Huxley–, y por tanto no es una crítica de los medios al estilo de Neil Postman. Se trata de la *dialéctica* de la Ilustración, es decir, de una libertad que aparece como libertad y una felicidad que aparece como felicidad. Se trata de la crítica de la promesa de felicidad, de su aplazamiento. La industria cultural frustra la felicidad, aunque al mismo tiempo sostiene que la felicidad es accesible a

¹⁴ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 152.

¹⁵ Leo LÖWENTHAL, “Humanität und Kommunikation”, en *Literatur und Massenkultur. Schriften 1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1990, pág. 380.

¹⁶ Karl MARX, *Das Kapital*, tomo II, MEW 24, pág. 60.

* Se traduce *Aufklärung* por “Ilustración” porque ésta ha sido la palabra más utilizada en las ediciones del libro de Horkheimer y Adorno en castellano. Pero, para entender lo que está en juego, conviene recordar que los autores jugaban con la polisemia del término en alemán, que es difícil de transferir al castellano. Porque *Aufklärung* no remite únicamente al periodo histórico de las luces, sino también al esclarecimiento en general, a la explicación racional de un fenómeno, también con un matiz pedagógico; los autores lo usan a su vez para remitir a los procesos socio-históricos de racionalización en sentido amplio [JM].

cualquiera: basta participar en la dinámica social y uno acaba por reconocer en dicha participación la felicidad suprema. A esto se refiere “Ilustración como engaño de masas”. La industria cultural no sólo frustra la Ilustración, la libertad y la felicidad, sino que al mismo tiempo se presenta como Ilustración, libertad y felicidad: de ahí el engaño de masas, que sin embargo sólo funciona cuando las masas reproducen dicho engaño constantemente.

De este modo se prolonga en la industria cultural lo que Marx había descrito como alienación en sus *Manuscritos económico-filosóficos* de 1844: “Lo animal se convierte en humano y lo humano en animal”¹⁷. En la industria cultural, lo que Marx analizara en el proceso de producción pasa al conjunto de las relaciones sociales: “bajo la presión de las circunstancias”, los seres humanos son reducidos al “modo de reacción de los anfibios”¹⁸. En *Dialéctica de la Ilustración* puede leerse: “Mediante las formas de trabajo racionalizadas, la eliminación de las cualidades, su transformación en meras funciones, se transmite al mundo de experiencia de los pueblos y lo asimila tendencialmente al de los anfibios”¹⁹. Por otra parte –y esto es decisivo– al remitir a la “presión de las circunstancias” se refieren a los modelos positivistas, los esquemas de administración y los patrones de clasificación de la propia industria cultural, que reducen a los seres humanos, en su vida anímica, a criaturas inferiores. Anteriormente la etología demostraba en sus tests las similitudes entre los animales y los seres humanos degradados, hoy es la neurociencia la que reduce lo humano al nivel de las amebas. Y por lo demás resulta absurdo que Adorno sea considerado inhumano por criticar la reducción de los seres humanos al nivel de los anfibios cuando los resultados de la investigación del cerebro –contrarios a toda idea de humanidad– son celebrados como un progreso en el conocimiento del hombre.

En este punto hay que recordar que la teoría crítica consiste en la defensa de lo humano. En los *Mínima moralía* Adorno concede, casi de paso, que “los seres humanos son mejor que su cultura”²⁰. Al igual que Marx y Engels en sus escritos tempranos, Adorno y Horkheimer defienden un “humanismo real”; Erich Fromm habla incluso de un “humanismo socialista”, y Marcuse se aferró hasta el último momento a la posibilidad de gratificación y liberación de la existencia humana. La defensa de los seres humanos implica defender sus necesidades y su libertad para

¹⁷ Karl MARX, *Ökonomisch-philosophische Manuskripte*, MEW 40, pág. 515.

¹⁸ Theodor W. ADORNO, “Soziologie und empirische Forschung”, GS 8, pág. 202.

¹⁹ Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 53.

²⁰ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 51.

poder orientarse en ellas. Y eso incluye también la necesidad de entretenimiento. La teoría crítica de la industria cultural es también una defensa del entretenimiento, y no una prohibición o una negación elitista del mismo. Al contrario, su crítica se dirige a la equiparación de entretenimiento y embobecimiento en la industria cultural²¹. Porque entonces el entretenimiento –o lo que se presenta como tal– pasa a ser un banal instrumento del conformismo: entretenerse significa participar. Por lo demás, cuando se cita el “divertirse significa estar de acuerdo”, valdría la pena citar el resto del pasaje: “La diversión sólo es posible cuando uno se aísla del conjunto del proceso social, cuando se vuelve estúpido y abandona absurdamente de antemano la pretensión irrenunciable de toda obra de arte, incluso de la más insignificante: ser, en su limitación, un reflejo del todo. Divertirse significa siempre no tener que pensar, olvidar el sufrimiento incluso allí donde se muestra. Su fundamento es la impotencia. Es, de hecho, una huída, pero no –como se pretende– de la mala realidad, sino de la última idea de resistencia que ésta había podido permitir todavía”²².

Pero, mientras que la industria cultural aún podía calcular sus beneficios a partir de la fórmula que equiparaba diversión y conformidad social, la industria pop ya no puede contar con ello. Cada vez es más difícil poder garantizar el disfrute a todos. La mayoría de las mercancías pop son aburridas y de una calidad lamentable –lo cual, por supuesto, responde a su vez a motivos económicos–. También aquí se revela el carácter histórico de la industria cultural. A menudo se defiende su punto culminante o determinadas fases del pop frente al programa de entretenimiento actual: antes todo era mejor, más honrado y no tan comercial. Pero hoy el entretenimiento –al igual que otros mecanismos sociales– es más despiadado que nunca con los seres humanos, más brutal en el esquema de integración y desintegración, inclusión y exclusión. Y a esto se añade: hoy se prueba que también no divertirse significa estar de acuerdo.

JM – Cuando se habla de industria cultural, a menudo se contraponen los planteamientos de Adorno y Benjamin. De este modo se reduce a ambos a caricaturas de sí mismos. Por su parte, apenas se tiene en cuenta las contribuciones de autores como Leo Löwenthal o Herbert Marcuse a la industria cultural. ¿Qué se

²¹ Una crítica actualizada a este respecto puede encontrarse en Marcus METZ y Georg SEEBLEN, *Blödmaschinen. Die Fabrikation von Stupidität*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2011.

²² Max HORKHEIMER y Theodor W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung*, GS 3, pág. 167.

pierde en esta recepción? ¿Cómo podría enlazarse con estos diferentes planteamientos para poner la crítica a la altura del presente?

RB – Adorno y Benjamin han sido desguazados académicamente, y se les ha sacado buen partido. En los años ochenta surgió una recepción que reducía a ambos a sus elementos estéticos y de teoría del arte. Además se les re-contextualizó desde la perspectiva de la filosofía postmoderna y post-estructuralista; de este modo se sacrificó por completo su impulso crítico. Löwenthal y Marcuse no servían para estas estrategias académicas, que en mi opinión respondían a intereses de carrera universitaria. La edición de los escritos de Löwenthal, publicada en 1990, no tardó en pasar a formar parte de los *stocks* de libros devueltos en las librerías, mientras que los textos de Marcuse, también en sus ediciones sueltas, estaban simplemente agotados. Eran escritos inservibles para una lectura esteticista, ya que las intenciones políticas radicales, sobre todo en Marcuse, eran demasiado explícitas.

Sin embargo, tanto Löwenthal como Marcuse han realizado contribuciones fundamentales para una teoría crítica de la industria de la cultura. Löwenthal sobre todo con sus trabajos sobre la relación entre literatura burguesa y cultura de masas, pero también con sus estudios sobre la agitación fascista, y Marcuse, por supuesto, con su peculiar unión de psicoanálisis freudiano y crítica de la sociedad. Löwenthal afirma que la cultura de masas es psicoanálisis invertido –algo que Adorno recuperaría en sus investigaciones sobre la televisión, que por lo demás apenas han sido recibidas–. Marcuse llega a un diagnóstico parecido cuando, en 1941, habla de la racionalidad tecnológica. Estos conceptos son necesarios para una teoría crítica de la industria cultural, y también de la cultura pop contemporánea, porque permiten quebrantar la ideología del entretenimiento permanente: cada vez más, el espectáculo se revela una relación violenta. Tras la fachada de alegría, buen humor y entretenimiento fascinante emerge un desprecio insospechado hacia los seres humanos, que se presenta con el ademán de ser algo que no hay que tomar demasiado en serio. Los seres humanos son contenidos en estructuras autoritarias, en jerarquías familiares y de género. En relación con una política reaccionaria basada en la seguridad y en el orden, en la que los prejuicios racistas y los estereotipos sexistas forman parte de los programas políticos, se constituye tal vez una nueva edad del miedo.

JM – Sin duda la teoría crítica “clásica” tiene mucho que aportar a este diagnóstico epocal. Pero, ¿cuáles serían los elementos de su análisis de la industria cul-

tural que ya no están a la altura de los tiempos? ¿Qué elementos se echan en falta en los planteamientos “clásicos” que hoy resultan irrenunciables?

RB - La industria cultural está marcada sobre todo por el sistema de Hollywood. A esto se añade la radio, la música de moda y revistas como *Life*. Pero en el jazz de los años cuarenta puede vislumbrarse ya una transformación que en los años cincuenta cristalizaría en el pop: la idea de la banda como una unidad de producción de la industria cultural que no está directamente integrada en ella. El pop vive de la ideología de una relativa libertad, también a nivel económico. Esto es algo que puede apreciarse incluso en las producciones especializadas de soul de Motown. La historia de la discográfica Blue Note se alimenta de esta ideología de la independencia dependiente; dicha ideología es también el tema de “Jailhouse Rock”, la película de Richard Thorpe con Elvis Presley de 1957.

A veces se confiere a la industria el carácter de lo artesanal. Una técnica colectiva se convierte en vehículo de la individualidad. Producción en serie, mercantilización y sentimientos se ensamblan mutuamente. En los años cuarenta se anuncia por primera vez el rol que la juventud iba a tener tanto en el consumo como en la cultura pop; se trata de una idea de la juventud que se convertiría en símbolo pop universal. En la cultura pop, la juventud aparece como mito: el mito de la acción, de la actividad y la creatividad. Pero, de hecho, los jóvenes, en su función como consumidores, confirmaban la pasividad generalizada.

En su simbolismo, en sus imágenes, signos, emblemas y alegorías, el pop se revela más abierto que la industria cultural. Ésta tenía un stock de imágenes limitado con poco espacio para variaciones. Por el contrario, la cultura pop genera una marea de imágenes, pero esta marea se revela como resultado de un trabajo en las imágenes. Por ejemplo: estamos saturados de imágenes del amor, en todas partes se habla de amor, y sin embargo apenas tenemos un puñado de imágenes del amor. La rosa, el corazón, los tortolitos, ocasionalmente unos labios dando un beso o un osito de peluche: con esto se agota la iconografía del amor.

JM - En su trabajo intenta continuar la crítica de la industria cultural con el análisis de fenómenos nuevos, a menudo de formas culturales que se suelen denominar “inferiores”. Sus textos señalan que la industria cultural habría sido “absorbida” por la cultura pop. ¿En qué consiste este proceso? ¿Cuál es hoy el lugar social de la cultura?

RB - Las “formas inferiores de la cultura” están estrechamente unidas con lo que se constituye como esfera de la cultura en la sociedad burguesa, y también mediadas por ésta. Constituyen lo que los *Cultural Studies* denominan “ordinary culture”, en tanto que cultura de lo cotidiano o cultura cotidiana. De esta manera la alta cultura aparece como substrato ideológico de esta “ordinary culture”, como mero sucedáneo de lo “espiritual”. Adorno y Horkheimer escribieron: “el arte ligero ha acompañado al autónomo como una sombra. Es la mala conciencia social del arte serio”²³. En la cultura pop esto se ha invertido, porque la ligereza se ha convertido en programa estético: el arte serio se convierte en sombra del pop, pero sigue siendo la buena conciencia del arte pop, del entretenimiento.

La industria cultural convierte toda cultura en mercancía. Esta mercantilización culmina en la cultura pop, en la que la mercancía misma se convierte en cultura. Adorno y Horkheimer aluden ya a este proceso al final del capítulo sobre la industria cultural, señalando una fusión de cultura y publicidad²⁴. Esto coincide con lo que Guy Debord llamaría en 1967 “sociedad del espectáculo”, y tiene sus paralelos en la transformación del arte en diseño.

JM - En vista de esto, ¿puede distinguirse hoy entre una dimensión estética y una dimensión sociológica de la cultura de masas? La distinción entre alta cultura y entretenimiento ya no responde a la realidad, pero esta distinción, ¿ha sido superada en el proceso social o se ha realizado más bien como burla del diagnóstico hegeliano del fin del arte?

RB - La tesis hegeliana del fin del arte expresa de forma idealista lo que Marx escribiera en sus manuscritos económicos de forma materialista. Hegel constata que “los hermosos días del arte griego y la edad dorada del medioevo tardío han pasado”²⁵. Y Marx pregunta: “¿Sería posible Aquiles con la pólvora y el plomo? ¿O la *Iliada* con la prensa tipográfica y la imprenta? Los cantos y las leyendas, las musas, ¿no desaparecen necesariamente con la regleta del tipógrafo?, ¿no se desvanecen así las condiciones necesarias para la poesía épica?”²⁶. Aunque no puede negarse que, en el curso del siglo XIX, las artes pierden su función estética y social, ocurre también exactamente lo contrario: las artes, en tanto que modernas, surgen

²³ *Ibid.*, pág. 157.

²⁴ *Ibid.*, pág. 185.

²⁵ G.W.F. HEGEL, *Vorlesungen über die Ästhetik*, tomo I, *Werke 13*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, pág. 24.

²⁶ Karl MARX, *Einleitung [zur Kritik der politischen Ökonomie]*, MEW 13, pág. 641.

sólo ahora. Se trata de una transformación del arte que se corresponde con la industrialización: se inventa la fotografía, se mejora la imprenta de libros y periódicos, la alta cultura se realiza como cultura de masas: surgen las grandes salas de conciertos y teatros, etc. De este modo despunta ya la superación de la distinción entre arte serio y arte de entretenimiento. Pero, paradójicamente, también puede constatarse que es en este momento cuando se introduce dicha distinción. De este modo se re-negocian las seguridades estéticas del arte dentro de su marco económico; con otras palabras: la ideología estética, como lo ha expuesto Terry Eagleton²⁷.

Aquí se origina una dinámica que, en la primera mitad del siglo XX, se convertiría en la contraposición entre vanguardia y kitsch (Clement Greenberg). Al mismo tiempo resulta manifiesto que el arte de entretenimiento puede aplicar de forma más ligera, simple e históricamente adecuada lo que se pierde en el arte serio y queda obsoleto. Benjamin ha dado algunos ejemplos de esto en su ensayo sobre la obra de arte, como el de Mickey Mouse.

Para una teoría crítica de la industria cultural –y también de la cultura pop–, lo decisivo es la transformación de la posición del público y del consumidor, en general la fusión de recepción estética y consumo de mercancías. Eso es lo que condiciona la “estetización de la política” diagnosticada por Benjamin, que consiste también en hacer a los seres humanos cada vez más pasivos. Las masas tienen derecho al cambio; pero la cultura sólo les ofrece una expresión de éste: el espectáculo de un cambio aparente. En la industria cultural, con la excepción del fascismo, esto está aún ideológicamente encubierto, pero en la cultura pop se trata de algo manifiesto. Podría decirse que, en ella, el engaño de masas ya no es un secreto.

JM – Sus análisis de la cultura pop actual se centran especialmente en fenómenos musicales. En ellos la música es interpretada como “el arte de la industria cultural”. ¿Cómo hay que entender esto? ¿Cuál es el rol de la música en la industria cultural? Cuando uno piensa en el uso de la música en spots publicitarios, video-clips o melodías de teléfono móvil, el diagnóstico de Adorno sobre el relativo “retraso” de la escucha en la jerarquía de los sentidos dominante en nuestra civilización resulta sumamente actual. ¿Cómo valora usted estos procesos?

RB – Desde el Renacimiento, incluso desde la Antigüedad, la historia del arte ha estado marcada por la competencia entre las artes. Esta competencia no se refiere a la relevancia estética de las artes, sino a su predominio social. En la fase de ascenso

²⁷ Terry EAGELTON, *The Ideology of the Aesthetic*, Oxford: Blackwell, 1991.

de la sociedad burguesa, la literatura es el arte dominante; en ella se revela el poder de las letras, del lenguaje. Cuando Hegel establece su jerarquía de las artes, llama a la música el arte de la interioridad subjetiva. Esto es lo que, en los años cincuenta, se desarrolla como pop: una música de la interioridad subjetiva en una cultura de la interioridad subjetiva; el mundo emocional de la burguesía se generaliza, también un trabajador del acero en paro en Chicago puede ahora amar apasionadamente y desear sexualmente a su mujer, dependiente de la reproducción familiar; del mismo modo, una trabajadora de la cadena de montaje puede ahora mover también su cuerpo de modo emocional, no sólo como una máquina.

La música pop es suficientemente sencilla como para presentar contenidos en formas estéticas fácilmente comunicables y comprensibles. Los descubrimientos técnicos –el LP, la mejora del sistema radiofónico, de la técnica de micrófonos y amplificadores– favorecen este proceso. La música pop se convierte en el arte dominante como mercancía, como disco, mientras que la música seria va perdiendo relevancia. Pero la música pop no solo afirma su status de forma acústica, sino también óptica, visual: el cine y la televisión son los medios fundamentales para la música, hasta que en 1981 nace la televisión musical. La cultura pop es sinónimo de música pop. Pero este vínculo es destructivo: el pop se desvincula de sus formas musicales, las destruye y convierte lo musical en algo amorfo, y por tanto absurdo, irrelevante, banal, mero espectáculo óptico. Esto puede apreciarse en distintos fenómenos musicales: las melodías de móvil son un extremo, el otro extremo serían las poderosas escenificaciones visuales en los conciertos, tanto de los clásicos del rock –como los Rolling Stones o Pink Floyd– como en la ópera y el musical, que literalmente quieren ganarse a sus consumidores visualmente y a cualquier precio. En este proceso se revela que la música pierde su posición como arte dominante, que ya no tiene la función simbólica que tenía hace diez o quince años. También aquí podría confirmarse la tesis del “fin del arte”.

JM – Usted ha escrito que “la industria cultural no es una forma particular de cultura, sino la cultura misma: como sociedad”. El capítulo sobre la industria cultural en *Dialéctica de la Ilustración* comienza con ejemplos de urbanística, y usted mismo ha realizado análisis muy convincentes sobre IKEA como fenómeno de la cultura de masas. ¿Cómo distinguir entonces la industria cultural de la vida cotidiana? Si hoy el deporte, el turismo, la moda y las redes sociales como

Facebook o Twitter se convierten en sectores de la industria cultural, ¿en qué modo afecta esto a su carácter de sistema?

RB - Si tuviera que responder en una frase: también esta entrevista es industria cultural. Lo que está ocurriendo actualmente continúa con nuevos desarrollos tecnológicos lo que Walter Benjamin y Siegfried Kracauer observaron en los años veinte: una nueva lógica de la imagen hace desaparecer el concepto y se superpone a la realidad. Pero tanto Kracauer como Benjamin defendían la redención de la realidad mediante la imagen, ya sea en la imagen dialéctica o en el cine.

El procedimiento ejemplar de la informática va más allá de esto: nos suministra reproducciones de la realidad que sustituyen nuestra experiencia primaria; la realidad mediática se antepone a la realidad física. En consecuencia, como ideología, las ideas son realmente presentaciones, imágenes que colocamos *antes* de la realidad física. (Un proceso al que –por lo que sé– remitió en primer lugar Vilém Flusser, aunque suena ya a Günther Anders y *Lo anticuado del ser humano*). La paradoja –Žižek habla de paralaje– es entonces que, por una parte, el sistema puede ser representado desde cualquier punto elegido arbitrariamente *como sistema*; por otra, desde cada punto de vista el sistema aparece de modo completamente distinto, asistemático, fragmentado. La industria cultural era el espejo roto en el que cada pedazo reflejaba la imagen del todo; la cultura pop es un montón de fragmentos del espejo en el que cada uno muestra algo distinto. Hoy uno puede demostrar críticamente el capitalismo en una estantería de libros como en Twitter o Facebook; pero reunir estos fenómenos en una crítica de la economía política fundamentada es mucho más difícil...

JM - La fragmentación parece ser por tanto una dimensión fundamental de la industria cultural contemporánea, que dificulta cada vez más la labor crítica. Adorno se refirió a la cultura de masas como una “escuela de la integración”, y reconoció en ella sobre todo tendencias homogeneizadoras y niveladoras. Por el contrario, hoy puede observarse una creciente diferenciación, en la que florecen distintos estilos de vida y subculturas que parecen dar lugar a nuevos potenciales de protesta. A menudo se remite a esta diversidad como una realidad que desmiente las tesis de la industria cultural. ¿Qué opina usted al respecto? ¿No existe una dialéctica constante entre diferenciación e integración, precisamente en fenómenos de la cultura pop? ¿Se puede explicar esta dialéctica con conceptos como “colonización del mundo de la vida”?

RB - En este sentido creo que sigue vigente la afirmación de Adorno: “La desintegración es el secreto de la integración”²⁸. Marcuse había detectado tendencias similares en lo que denominó “tolerancia represiva”. Seguramente hay que distinguir una cultura pop marcada por la diversidad de una industria cultural uniforme; pero esto no refuta la sospecha de que dicha diversidad consiste, pese a todo, en un número limitado de modelos, estereotipos y standards. Por ejemplo: en los últimos años, los *Gender Studies* se han establecido a nivel académico en muchas universidades; las “queer politics” se han convertido en ámbito de estudio académico. Y, pese a todo, el mundo científico-universitario sigue dominado por roles de género bastante crudos, el comportamiento masculino-autoritario determina la estructura de los seminarios, los exámenes y por último también los contenidos. Se alaba a Madonna por su juego post-feminista con el género, hoy lo hacen Lady Gaga y otros. Se trata de fenómenos que pueden leerse incluso en la prensa sensacionalista, que por lo demás sigue presentando una amplia gama de sexismos. En un programa de televisión, una comisario de policía lesbiana lucha contra la criminalidad al servicio del estado; mientras que, en otro, los adolescentes pueden ponerse a prueba lanzándose insultos homófobos unos a otros. Se trata de un “*anything goes*” de las imágenes, un espectáculo de la arbitrariedad. Esto ya ha sido diagnosticado por la teoría crítica postmoderna de Lyotard, Jameson o también Flusser: la diversificación general no significa necesariamente más libertad. De hecho esta diversificación coincide más bien con una nivelación (Peter Brückner). Por ejemplo, la diversidad de la música pop de finales de los setenta y ochenta, que iba del metal al techno, abarcando hip hop, New Wave, hardcore, industrial, postpunk, etc. se ha desvanecido. Lo que había en ella de inadaptable, de subversivo, de interesante en absoluto, resulta hoy tan difícil de encontrar como una aguja en un pajar. A esto se añaden también transformaciones técnicas, y en este sentido debo decir que no comparto la euforia sobre la Web 2.0 y similares: con la multiplicación de posibilidades técnicas se multiplican sobre todo las posibilidades de dar rienda suelta a los resentimientos, sin ningún tipo de filtro o inhibición. En casi todas las listas de comentarios de los clips de YouTube, lo que se manifiesta es el carácter autoritario y conformista. Se trata de fenómenos que aún pueden analizarse con el diagnóstico benjaminiano de la “estetización de la política”; es más, entre tanto esta estetización de la política define la forma de vida generalizada, la praxis cotidiana, el “*lifestyle*”.

²⁸ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 51.

Lo que Habermas describió como “colonización del mundo de la vida”, un diagnóstico que Oskar Negt y Alexander Kluge afilaron con la tesis de un “imperialismo hacia dentro”, designa solo una dirección de esta estetización de la política. También hay retro-acoplamiento desde dentro hacia fuera, de la interioridad hacia la sociedad. Así surge, no sólo una diversificación de culturas de protesta subversivas, sino también una diversificación del poder, de las coacciones y de la violencia. La consecuencia es, paradójicamente, una ausencia de consecuencias por parte de la cultura; “*alles macht weiter*” [todo sigue adelante], dice un poema de Rolf Dieter Brinkmann.

En la sociedad del espectáculo, lo que denominamos “cultura” se coagula en complejos simbólicos. El sentido y el significado del mundo ya no designan una relación práctica y material con el mundo, sino sólo ideología, ideas, imaginarios, fantasmagorías. También la cultura de protesta es, sobre todo, una cultura simbólica. Se trata de formas simbólicas que pierden toda substancialidad, que se agotan en su función –si puedo aplicar de modo muy laxo la distinción de Cassirer entre el concepto de substancia y el concepto de función–. La pluralización de estas formas lleva a una “catástrofe semiótica”, como la ha denominado Diedrich Diederichsen: un signo remite sólo a otro signo, la protesta cultural se convierte en algo redundante: en un signo con fin en sí mismo. También esto coloniza nuestro mundo de la vida, porque nosotros mismos reproducimos igualmente esta redundancia de signos sin sentido.

JM – Vivimos en una sociedad en la que ya no parece existir un “afuera” de la industria cultural. ¿Qué consecuencias tiene esto sobre la producción, el consumo y la crítica de la cultura? Es más, en este contexto, ¿cómo es posible un comportamiento crítico? ¿Pueden mantenerse aún las aspiraciones de felicidad, libertad o emancipación que impulsaran a la Teoría Crítica “clásica”? ¿Cabe esperar una transformación funcional de las relaciones de producción y de recepción de la industria cultural?

RB – La undécima tesis de Marx sobre Feuerbach, según la cual no se trata solo de interpretar el mundo, sino de transformarlo, ha preservado toda su actualidad; más aún: desde hace tiempo ya no es sólo un *dictum* para filósofos, sino para todos. Pero esto no significa en absoluto una llamada al accionismo; se trata de recuperar la fuerza transformadora del pensamiento, no de entregarse a una rabia ciega. En su famoso ensayo de 1937, “Teoría tradicional y teoría crítica”, Horkheimer

escribe una nota al pie sobre el comportamiento crítico: éste reúne lo que Kant formulara como crítica del conocimiento con lo que Marx elaborara como crítica de la economía política. Mientras Horkheimer escribía esto, la sombra de la aniquilación se cernía sobre Europa y el mundo. Los horrores cometidos por seres humanos han dañado también la posibilidad de la crítica; la injusticia produce rabia, la amenaza de la catástrofe –allí donde ésta no es ya una realidad consumada– produce resignación. Adorno ha señalado la necesidad de resistir a ésta en uno de sus últimos textos, de 1969: “Quien piensa, a pesar de toda su crítica, no está furioso: el pensamiento ha sublimado la rabia. Como no tiene que pasar por esto, tampoco quiere que otros pasen por ello. La felicidad que se abre en la mirada de quien piensa es la de la humanidad. La tendencia represiva universal se dirige contra el pensamiento en cuanto tal. Éste comporta felicidad incluso cuando constata la infelicidad: en la medida en que la reconoce como tal. Sólo así puede introducirse la felicidad en la infelicidad universal. Quien no deja que esta posibilidad se atrofe, ese no se ha resignado”²⁹. Apenas es posible decir hoy algo más radical sobre la actitud crítica de una *teoría*. Lo que va más allá de esto es la confianza en nosotros mismos, como seres humanos: la confianza en que hemos conservado un resto de voluntad utópica y fantasía social para atrevernos a realizar lo que Ernst Bloch ha denominado *experimentum mundi* y su hijo Jan-Robert Bloch a esbozado con el concepto de “comunismo en construcción”. La historia nos enseña que ningún intento de transformación puede surgir únicamente de la menesterosidad y la desesperación.

En la *Dialéctica negativa*, Adorno señala lúcidamente: “Los intereses metafísicos de los seres humanos requieren la percepción no disminuida de sus intereses materiales”³⁰. La industria cultural pop insinúa la satisfacción de lo metafísico incluso allí donde se niega la realización de las necesidades materiales. Pero al mismo tiempo sigue siendo –como lo fuera una vez la religión– el único lugar donde pueden articularse intereses metafísicos. La tarea de la crítica consiste también en liberar estas articulaciones de la ideología. Y esto tiene su inmanencia dialéctica: porque, al fin y al cabo, la crítica es también parte del todo que ella misma –de acuerdo con su tarea determinante y decisiva– debe esclarecer³¹.

²⁹ Theodor W. ADORNO, “Resignation”, GS 10.2, pág. 798 s.

³⁰ Theodor W. ADORNO, *Negative Dialektik*, GS 6, pág. 391.

³¹ Cfr. Christine RESCH y Heinz STEINERT, “Kritik. Vom Schimpfen am Stammtisch über technokratische Verbesserungsvorschläge zur reflexiven Herrschaftsanalyse”, el texto será publicado en el número 32/33 de la *Zeitschrift für kritische Theorie* (2011). Steinert ha fallecido en marzo de 2011.

JM – Sus trabajos intentan a menudo mostrar potenciales de protesta en la cultura pop, y en este sentido ha remitido en algunas ocasiones al motivo adorniano de la “salvación de lo carente de esperanza”. ¿Cómo debe entenderse esto? ¿En qué consisten los potenciales y los límites de la cultura pop? ¿Puede salvarse en ella el interés adorniano en la experiencia y la subjetividad frente a las tendencias infantilizadoras y regresivas de la industria cultural? ¿O las advertencias benjaminianas sobre la estetización de la política?

RB – La salvación de lo carente de esperanza es una figura dialéctica. En *Dialéctica de la Ilustración*, Adorno y Horkheimer citan un pasaje del Patmos de Hölderlin: “pero donde está el peligro, crece/ también la salvación”. Y la frase de Benjamin es sobradamente conocida: “Sólo en virtud de los desesperados nos es dada la esperanza”³². Marcuse la cita al final de su *One-Dimensional Man*, al mismo tiempo como cierre y como resolución de su obra. Marcuse fecha estas palabras “en el comienzo de la era fascista”. Fueron escritas en el ensayo de Benjamin de 1924, “Sobre las afinidades electivas de Goethe”; *El hombre unidimensional* fue publicado cuatro décadas más tarde, en 1964.

En los años veinte se contraponen fuerzas reaccionarias y progresistas; los primeros y aún prometedores años de la sociedad soviética, las vanguardias política y artísticamente radicales, el anarquismo y el surrealismo, un marxismo crítico (Korsch, Lukács, fundación del Instituto de Investigación Social) coexistían con la expansión sin contemplaciones de la lógica de valoración del capitalismo, finalmente con el fascismo y la guerra.

En los años sesenta, los “dorados años veinte” se repiten bajo el signo del pop. Por un parte, la “sociedad industrial avanzada” de la posguerra se revela como “sociedad unidimensional” que integra completamente a los seres humanos –Marcuse habla de un “capitalismo corporativo”, Adorno del “mundo totalmente administrado”–. Por otra parte se constituyen nuevos movimientos de oposición en los que la exigencia de libertad, emancipación y satisfacción de la existencia adquiere de nuevo una perspectiva radical –política y estéticamente–, con la que puede quebrantarse la unidimensionalidad dominante. Cinco años más tarde, en su *Essay on Liberation*, Marcuse registraba esto como “nueva sensibilidad” y “fundamento bioló-

³² Walter BENJAMIN, *Goethes Wahlverwandschaften*, en *Gesammelte Schriften I-1*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992, pág. 201.

gico del socialismo”. De este modo remitía también a la cultura pop de estos años, al Rock 'n' Roll y el Living Theater, estaba en contacto con los surrealistas de Chicago agrupados en torno a Franklin y Penelope Rosemont y al Black Panther Party –Angela Davis había estudiado con él–. Marcuse veía aquí algo que en los años veinte se había limitado a los movimientos artísticos radicales: la posibilidad de una “Great Refusal” (a este concepto de Alfred North Whitehead había recurrido Marcuse ya en 1955, en *Eros y civilización*).

Sabemos que también esta esperanza se vio defraudada: algo que resultaba visible ya a comienzos de los años setenta, y que el propio Marcuse registró (por ejemplo en “Contrarrevolución y revuelta”). La propia cultura pop se revela una fuerza de integración social, y es expresión de la misma “ideología del capitalismo avanzado” que el propio Marcuse analiza; requiere unidimensionalidad, condensa a nivel “cultural” la identificación de los seres humanos con los bienes de consumo, es decir, con la producción de mercancías. También aquí sigue escribiéndose la dialéctica de la cultura: porque hay potenciales subversivos en el pop. Precisamente en el pop se defiende lo que Adorno denominara “experiencia no reglamentada” – si bien de forma distorsionada, llena de contradicciones, fracasando una y otra vez y recomenzando siempre de nuevo. Se trata de potenciales muy dispares y diseminados, y sería una tontería declarar el “punk”, el “techno” o el “hip-hop” como algo subversivo en sí mismo. En el punk hay momentos muy regresivos, como en el pop en general; pero también hay otros elementos –no sólo en el punk y demás, sino también en las producciones más estúpidas de la industria cultural–. Pero esto depende del “factor subjetivo”, requiere un voluntarismo radical del individuo, de su deseo de tener experiencias no reglamentadas, finalmente del esfuerzo por no dejarse atontar (“ni por el poder de los otros ni por la propia impotencia”, como escribiera Adorno³³); es decir: requiere en sí mismo un momento de experiencia no reglamentada que posibilita la esperanza incluso la utopía.

Este potencial subversivo es inherente a las circunstancias existentes, no es nada que venga de fuera, impoluto, limpio, auténtico. La dialéctica de la cultura consiste también en esto: el espectáculo sólo puede ser superado mediante el espectáculo mismo. En palabras de Adorno: “cada uno de los rasgos del contexto de ofuscación es relevante para su posible final”³⁴. Por ello tampoco puede decirse que el contexto de ofuscación no sea tan tremendo, o incluso que contenga potenciales de resis-

³³ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia*, GS 4, pág. 62.

³⁴ Theodor W. ADORNO, “Fortschritt”, GS 10.2, pág. 622.

tencia; en el *Fausto* de Goethe o en una sinfonía de Gustav Mahler, en Picasso o incluso en Duchamp, puede demostrarse *objetivamente* en su material un contenido estético, crítico, incluso emancipatorio. En el pop, que ya no puede ser comprendido desde esta estética de la obra, el contenido crítico sólo puede ser mediado de forma subjetiva.

Una vez más: la posibilidad de una experiencia no reglamentada presupone ya un fermento de realidad de experiencia no reglamentada; quizá podría hablarse –con Cassirer– de la pregnancia simbólica de esta experiencia. Esta pregnancia simbólica puede encontrarse en las “artes principales” del pop: la música y el cine. Ambas son al mismo tiempo “masilla” y “dinamita”: Mientras que generalmente el pop funciona como una estética de la confianza, en él puede encontrarse también una estética de la desconfianza³⁵.

Pero también el pop tiene su historia, y también él se ve afectado por la lógica de la descomposición. Desde finales de los años setenta puede apreciarse una progresiva debilitación de sus potenciales subversivos, en la que lo subjetivo deja progresivamente paso al subjetivismo, el pop pasa a ser banal y la praxis subversiva se convierte en pseudo-praxis. Se nos fuerza cada vez más a una posición de meros espectadores u oyentes, y la experiencia no reglamentada se convierte en una experiencia aún no regulada o conforme a reglas. De repente nos vemos a nosotros mismos del lado de los carentes de esperanza. Y al final sólo nos queda una pregunta que encontré recientemente en la página web de unos activistas anarquistas: “Do you have ideas or do ideas have you?”.

³⁵ A propósito de películas como *Alphaville* de Godard, Uwe Nettelbeck ha hablado de un cine de la desconfianza –frente al habitual cine de la confianza– (cfr. Uwe NETTELBECK, *Keine Ahnung von Kunst und wenig von Geschäft. Filmkritik 1963-1968*, Hamburgo: Philo Fine Arts, 2011, pág. 151).