

HIVER, Marc: *Adorno et les industries culturelles. Communication, musiques et cinéma*, Paris: L'Harmattan, 2010, 242 páginas.

Marc Hiver, profesor de la Universidad de Paris Ouest Nanterre, propone una relectura de Th. W. Adorno con el objetivo de indagar hasta que punto este autor, creador junto con M. Horkheimer del concepto de *Kulturindustrie*, puede aportar claves para la comprensión y análisis de las producciones mediáticas y culturales actuales. Esta obra, dirigida principalmente, a filósofos, estetas, sociólogos y economistas, tiene un doble valor. Primero, porque aporta una lectura de Th. W. Adorno que no traiciona su epistemología y que, desligándose de toda sistematización, logra así recuperar la fuerza crítica de su investigación. Segundo, porque la recuperación de la lectura no sistemática, permite desgranar de ella algunas tesis que convierten la investigación adorniana en una herramienta de primer orden para un análisis crítico de la industria cultural contemporánea.

El autor propone primeramente desembarazarse de una noción construida a partir de una sistematización contra natura de los escritos de Adorno, por la cual el concepto de *Kulturindustrie* serviría para reavivar una cierta sacralización del arte y de la alta cultura, más que elucidar o aclarar la noción de industrialización y menos aún la internacionalización de la cultura. Armand Mattelart (*La Communication-monde*, Paris, Editions la Découverte, 1992) sostiene que Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, dos filósofos alemanes exiliados a los Estados Unidos, representarían la primera confrontación teórica entre la cultura europea de la Ilustración y la cultura de masa producida para millones de individuos. De esta confrontación resultaría el concepto de *Kulturindustrie*, lugar de la serialización, de la estandarización, de la división del trabajo, fijando de manera ejemplar el fracaso de la cultura y la caída en la mercantilización. La transformación del acto cultural en valor eliminaría así su potencial crítico.

Para Marc Hiver, esta tesis es abusivamente globalizante y alimenta la idea de una nostalgia, del desdén adorniano respecto de la *Kulturindustrie*. Para este autor, la lectura de Adorno debería conducirnos a retomar un análisis crítico radical de la industrialización y de la mercantilización de la cultura, aportando sobre todo unas claves para comprender y analizar las producciones mediáticas y culturales de hoy en día. La teoría crítica de la *Kulturindustrie* no sólo sirve en historia del arte o en estética para dar los cánones críticos del arte contemporáneo, sino que puede ayudar al estudio de la lógica de las industrias culturales, en definitiva a comprender desde el interior los movimientos de la industrialización de la producción y de

la instrumentalización de la recepción, y a no reducir sus productos al simple nombre de “no arte”.

Marc Hiver nos invita a desligarnos de la imagen de Theodor Adorno como un teórico globalizante, desfasado y defensor de la alta cultura, y nos redescubre un filósofo de “terreno”, es decir, un investigador que respira, en la palabras del autor, cierta llamémosle empiricidad. La imagen estereotipada, por tanto, de un Adorno localizado y superado históricamente olvida que fue un hombre de terreno artístico y cultural. Un hombre con un gran potencial analítico, con la capacidad para aportar una crítica desde el interior mismo del proceso de la industrialización de la cultura. El mismo término *Kulturindustrie* remite a una tensión, a una problemática entre dos nociones, la de cultura y la de industria. Un término que conduce a la problemática que lleva a Adorno a un provocador “corte estético” (*coupure esthétique*) para separar la creación artística verdadera (Ejemplo: *Les Femmes d'Alger* de Picasso que emergen de la existencia de una investigación artística) y la creatividad para-publicitaria ligada a la dominación dulce del consumidor cultural tenido por el placer, donde la víctima consiente a la manera de una relación sadomasoquista.

Para Marc Hiver, la actualidad de Adorno no hay que encararla como la actualidad de la Escuela de Frankfurt en general, ni en relación al primer periodo de esta escuela. Querer globalizar demasiado las coherencias de una obra asimilada erróneamente a un filósofo sistemático lleva a olvidar lo esencial de su fuerza crítica, ese contacto con la realidad, esa labor de terreno. Muestra de ello es que Marc Hiver pone a prueba la investigación de Adorno sobre distintos terrenos actuales como son la comunicación, la música y el cine.

Así, en el primer capítulo titulado “La forme parataxique adornienne et la navigation Hypermedia”, el autor intenta mostrar la relación que se establece en una escritura, entre los planos estéticos y epistemológicos, para un pensamiento que rehúye el espíritu de sistema. Este rechazo, consecuencia de la crisis de la racionalidad diagnosticada en el siglo XX, reivindica, no obstante, la necesidad de una coherencia que no sea reducida a la razón del más fuerte, mediaticamente o culturalmente hablando. El autor prueba aquí la actualidad de Adorno, intentando mostrar cómo un lector que busca dar un cuerpo teórico a la noción de navegación hypermedia podría abrir una vía a partir de la relación entre lectura y escritura paratáctica.

Otro de los terrenos que prueban la actualidad de Adorno es la industria audiovisual. Marc Hiver pone de relieve en el segundo capítulo, titulado “Adorno auditeur de cinema”, la revolución copernicana de Adorno respecto al modo de pensar las relaciones entre sonido y la imagen. Se trata de mostrar cómo Adorno es una herramienta que nos sitúa sobre el terreno audiovisual y nos permite comprender las lógicas de la industrialización de la producción audiovisual y de la instrumentalización de la recepción. La crítica de la noción de “lenguaje cinematográfico” inducida por los escritos de Adorno, así como la puesta en crisis del concepto de “movimiento” y la inversión de las relaciones entre sonido e imagen, ayudan a rendir cuentas de las lógicas mediáticas actuales.

En el capítulo titulado “Le devenir de jazz comme paradigme musical et formel des industries culturelles”, Hiver interroga la polémica sobre la crítica del jazz por parte de Adorno y el valor de ésta para una comprensión de la lógica de la industria cultural actual. Adorno adopta una perspectiva distinta de la del musicólogo, de la del *amateur* o del crítico, que establecen su discurso sobre la distinción entre un jazz auténtico y el jazz explotado de forma mercantil. La crítica de Adorno se establece sobre otra distinción: la que contrasta el jazz como la música del gran vencedor de la II Guerra mundial y la música contemporánea europea de la cual, como es sabido, Adorno se presenta como defensor. El lugar y la función de la crítica del jazz por parte de Adorno hay que buscarlo del lado de lo que anticipa. La nueva música “americana” está abriendo frentes: un jazz auténtico como substitutivo de la nueva música europea “contemporánea” (Schönberg, Berg, Webern, etc), así como en el frente de la música popular operando un cambio de paradigma a partir de un jazz edulcorado que va a convertirse rápidamente en un rock and roll movilizante, canalizando las aspiraciones y las energías de la juventud de posguerra.

Completa esta prueba de actualidad de la investigación adorniana un capítulo dedicado a las aportaciones de Adorno sobre la noción de placer como valor de uso de los productos culturales. Marc Hiver pone de relieve la denuncia que lleva a cabo Adorno sobre la confusión entre lo que las industrias culturales denominan placer y la estructuración sadomasoquista que, bajo la forma divertida e insidiosa, procura sólo un *flash* pasajero, pero, que ni tan siquiera alcanza la sublimación, ni cumple con la función de catarsis. Tener los consumidores por su placer, es un programa de dominación dulce, donde la víctima consiente. Para Marc Hiver, Adorno aportaría una contribución esclarecedora de los mecanismos de psicológi-

zación de las industrias culturales que, en nombre de una pseudo-teoría de las necesidades, buscando satisfacer los pretendidos placeres naturales y populares, constituye la base de masas de su poder de instrumentalización de la recepción.

Pau Frau

paufrau@hotmail.com