

Theodor Adorno e a indústria cultural: o papel do rádio e da música popular na sociedade capitalista dos monopólios

Gilberto Felisberto Vasconcellos*

Resumo

Este artigo é sobre o filósofo Theodor Adorno formulador do conceito de Indústria Cultural, conceito esse que revolucionou os estudos de cultura e classe social, colocando no seu âmago a manipulação da classe dominante. Aborda-se neste artigo o papel do rádio e da música popular, mostrando como esses domínios exercem uma espécie de apropriação psíquica das camadas populares, embora o raio de ação da Indústria Cultural seja interclassista, abrangendo todas as classes.

Palavras-chave: indústria cultural; manipulação; música popular; classe social.

Theodor Adorno and the cultural industry: the role of radio and popular music in the capitalist society of monopolies

Abstract

This article is about the philosopher Theodor Adorno, formulator of the concept of culture industry, a concept that revolutionized the studies of culture and social class, placing at its core manipulation of the ruling class. It discusses in this article the role of radio and popular music, showing how these areas exert a kind of psychic appropriation of the popular classes, though the action radius of the cultural industry is interclassist, covering all classes.

Keywords: culture industry; manipulation; popular music; social class.

Recebido em: outubro de 2016
Aprovado em: novembro de 2016

Introdução

Seja qual for o país, a resistência à crítica da música popular, que é um fenômeno de escala mundial, tal qual os anúncios comerciais abrangentes e de onipresença diária, semelhante ao esporte e à telenovela, é interpretada como falta de cidadania, ou senão atitude rabugenta, isto é, inabilidade psicológica para lidar com o engraçado, ainda mais agora que tudo deve fazer rir, tudo deve ter humor, tudo deve ser apresentado com o sorriso de ancora de TV. Sorria mesmo que você não esteja sendo ouvido.

Desde 1937, ao chegar nos Estados Unidos exilado pelo nazifacismo, experiência traumática que o acompanhou a vida inteira, tal como os seus amigos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno tomava notas para um livro sobre Beethoven, que veio finalmente a lume na Alemanha em 1993, depois de sua morte em 1968, publicado em inglês no ano de 1998, *Beethoven – The Philosophy of Music*.

O conceito de Indústria Cultural, cuja importância no marxismo equivale ao fetichismo da mercadoria, foi elaborado em parceria com Max Horkheimer em 1944 no livro *A Dialética do Iluminismo*. Esse conceito encontrou sua gestação paulatina quando Adorno realizou a pesquisa sobre o rádio em 1938, *Current of Music*, morando no bairro de Hollywood na Califórnia. Essa pesquisa sociológica de natureza empírica foi feita vinculada a um projeto da Universidade de Princeton, no qual estava incluído o estudo sobre música popular, especialmente o jazz. Não por acaso ele dizia que os Estados Unidos eram o país vanguarda da Indústria Cultural. Esta contudo medra tanto em países democráticos quanto em países totalitários. Fato é que o rádio, um dos componentes essenciais da Indústria Cultural, que vem depois do telefone e antecipa a televisão, integra a paisagem social e cultural do capitalismo monopolista, quer nos países centrais, quer nos países periféricos. É fundamental referir-se a constelação marxista de seus amigos e colaboradores, com os quais nunca deixou de dialogar, divergindo ou não. Aos 18 anos já era amigo de Max Horkheimer, depois privou da amizade de Walter Benjamin, Ernest Bloch, Hebert Marcuse e Bertold Brecht.

Quem resiste à ditadura (Theodor Adorno fala em “tortura”) da música popular repetida diuturnamente como se fosse algo natural, pode ser objeto de ódio irracionalista e até de linchamento da opinião pública. Jovens e velhos, homens e mulheres, malucos e caretas, não toleram que a música popular seja submetida a uma rigorosa apreciação analítica, o que pressupõe a onipresença do ouvinte emotivo. A música é identificada com sentimentalidade.

* Professor Titular no Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora:
gilbertovasconcellos@yahoo.com.br

Para o ouvinte emotivo, a música não tem nada a ver com racionalidade, o que mostra que a música pode engendrar ideologias irracionalistas e dar respaldo psíquico aos regimes politicamente os mais reacionários.

O modo capitalista de produção cederadiofônico reproduz e divulga que a audição emocional é tudo na vida. A emoção da canção remete à liberdade do gosto. Gostar ou não gostar. O gosto de cada um configura de tempos em tempos a coletiva parada de sucesso. Eu gosto do Lobão, você gosta do Teló, ela gosta do Gil e estamos conversados.

Hegeliano no estilo, afeiçoado ao oxímoro dialético, Theodor Adorno assim compreendeu o gosto estético: “the freedom of likes and dislikes in light popular music is the freedom of the prison”. Para que exista o gosto em liberdade, a escolha desta ou daquela canção implica haver indivíduo na acepção plena do termo, o que não ocorre com a personalidade de massa na sociedade capitalista do monopólio. O capitalismo monopolista é feito pelo rádio, que tem sempre uma agência central que o comanda, ou se quiser, um aparelho ideológico do capital. E esse capital que preside o rádio suprime a privacidade do ouvinte. Theodor Adorno traçou uma correspondência entre o aparecimento do rádio e os governos que abolem a inviolabilidade das cartas das pessoas. Tudo está grampeado. Tudo está sob controle. Tudo está dominado, como diz a gíria do morro.

A voz do rádio entra em nossa casa desde os anos 20. O escopo de Adorno não era fazer a psicologia dos compositores de música, nem traçar a sua biografia, e sim compreender a canção através de uma análise imanente, que era linguística e sociológica a um só tempo.

Em sua juventude em Viena, Theodor Adorno aprendeu com seu mestre Schönberg a distinguir o conteúdo manifesto e latente, ou subcutâneo, como deixou claro no capítulo *Forma e Reconstrução da Forma* em seu livro sobre Beethoven, compositor que é considerado tão hegeliano ou mais que o próprio Hegel. Este nunca citou o nome do compositor que foi seu contemporâneo. Não se trata de uma provocação epistemológica, porquanto a essência de uma época histórica, segundo Adorno, está na expressão musical, ou seja, na verdade revelada pela música, embora esta não tenha uma natureza conceitual.

A música popular é a expressão da impotência, tal qual o jazz, que é considerado por ele uma falsa rebeldia; mas não se trata de sexo, música sensual, pois o importante aí não é senão o lucro sob a aparência do apelo emocional da música que faz chorar. E, nesse aspecto, não há diferença entre uma música e outra, o improvisado espontâneo é standardizado. Resulta daí o primado dos arranjadores que tem de tornar diferente o que é igual. A indústria monopolista do som opera com dois eixos: o fetiche do imediato e a reificação sem data.

A sociologia do rádio abrange o nazismo, o stalinismo e o *New Deal* nos Estados Unidos. As relações acústicas e sensoriais moldam a personalidade das pessoas e fazem a psicologia das massas. Wilhelm Reich na década de 30 escreveu sobre a psicologia de massa do fascismo e o Hitler desejado pela massa. Embora para Adorno o fascismo não possa ser explicado em termos de psicologia. É intrigante que o crítico de música não tenha feito nenhuma referência às análises pioneiras de Leon Trotsky sobre o nazismo, que foram elaboradas quando o líder bolchevique estava exilado em Prinkipo na Turquia. Para Trotsky, o fascismo não poderia ser concebido sem a existência da pequena burguesia enlouquecida. O desejo pelo fascismo, a praga emocional segundo Reich, foi moldado pelo rádio. A praga emocional é radiofônica. Jean-Luc Godard em sua *Historia do Cinema* afirmou que o surgimento do cinema falado ajudou a tomada do poder por Hitler na Alemanha e o *New Deal* de Roosevelt, ou seja, a mesma conclusão a que chegara Theodor Adorno quarenta anos antes. O cinema falado incorporou a voz do rádio. Tanto o filósofo alemão quanto o cineasta francês defenderam o critério da verdade artística. Se existe verdade científica, se existe verdade política, então haverá verdade musical.

Quanto à clivagem, decisiva para nós, entre subdesenvolvimento e desenvolvimento, é preciso dizer que o rádio surgiu simultaneamente tanto nos países centrais quanto nos países periféricos. A reflexão de Theodor Adorno é de caráter universal, conceitua o que é o rádio em si mesmo e, a partir daí, suas implicações psicológicas no comportamento das massas. Em Theodor Adorno não aparece, pelo menos explicitado, o agente histórico que iria destruir a sociedade capitalista: o proletariado. Desde 1848, data da publicação do *Manifesto do Partido Comunista*, os intelectuais críticos se defrontaram direta ou indiretamente com a questão colocada por Marx e Engels acerca da classe operária revolucionária. Esse papel não foi atribuído por um ato de fé ou de natureza emocional, trata-se da função que desempenha o proletariado na sociedade capitalista, e não apenas em termos numéricos. Essa importância objetiva do proletariado esbarra na questão da consciência de classe e a vontade de se opor à alienação no capitalismo, como formulou György Lukács em sua obra prima *História e Consciência de Classe* escrita em 1923, livro que influenciou Theodor Adorno em quase todos os seus escritos. A reflexão de Adorno sobre a Indústria Cultural é de extrema relevância para a sociedade brasileira, porque a emissão radiofônica aqui se acoplou como elemento decisivo na feitura da televisão, sobretudo no gênero telenovela, não obstante o caráter ótico da televisão. O falado tem primazia sobre a imagem. Cumpre lembrar o que disse Godard: a rigor, não existe imagem na televisão, muito menos na telenovela. A audição da

música ligeira, a voz do rádio, é entre nós a telenovela. A tagarelice requer um ouvinte sem ouvidos; e acrescenta-se que o ouvido é o órgão fundamental por onde entra a compreensão política, que é obstaculizada pela música de entretenimento submetida à lógica mercantil típica da Indústria Cultural.

A distração provocada pelo rádio é a política de massa. Theodor Adorno sublinha que a música é uma entidade social, o ouvinte quer ficar por dentro do que está acontecendo na atualidade. O verbo do rádio é sempre o presente do indicativo. Ele chegou a afirmar que a música popular é um campo de concentração. Exagero de quem ficou traumatizado por ter visto seu país embarcar na loucura do nazismo? Análise lúcida da função ideológica dos meios de comunicação na sociedade capitalista do monopólio? Fato é que o estandardizado musical traz o predomínio do valor de troca sobre o valor de uso. Na mercadoria radiofônica tudo é o mesmo, mas tudo deve aparecer como sendo diferente, tal como a propaganda que se faz do carro do ano. Os sons e as imagens são confeccionados por agências monopolistas. No capitalismo videofinanceiro a família deixou de ser um fator de socialização do indivíduo. Depois do rádio não é mais a família a mediação entre sociedade e o indivíduo. Papai e mãe já eram, inaugura-se outra época diferente do complexo de Édipo. A própria fala altera-se com o rádio erodindo a tradição vernácula, pois as pessoas falam com a voz do radialista transfigurado em anunciante. É esse o fenômeno da reificação que atinge a vida cultural no século XX. Reificação significa coisificar a pessoa e personificar a coisa, conforme dizia o poeta venezuelano Ludovico Silva em seu livro *A Mais-valia Ideológica*, que traz um estudo magnífico sobre a insônia televisiva estudada por Adorno.

O rádio é quem faz amor, e não os amantes. O conceito de lírica foi destruído pelo *hit parade*, cuja situação é tão dramática quanto a frase famosa de Adorno, segundo a qual seria impossível escrever poesia depois da barbárie nazista de Auschwitz. Com o rádio o indivíduo não experimenta mais nada por si mesmo. O rádio dificulta a própria formação do ego. A intimidade já era. O rádio é neurose. A experiência vital deixa de ser contínua, tanto no sofrimento quanto na felicidade. As pessoas estão impossibilitadas de sonhar e a felicidade é seguir o que todo mundo faz. O conformismo é onipresente, assim como o é a resignação. É inimaginável pensar como o mundo poderia ser diferente do que ele é. As pessoas sofrem, mas a televisão ensina a frialdade diante do sofrimento. Adorno falava na religião do automóvel, que não é diferente da manipulação feita pelo rádio. Não é por acaso que no Brasil proliferaram os pastores radiofônicos surdando a população. O ouvido da informação política não é diferente do ouvido que engole as telenovelas. A telenovela faz o candidato e o poder.

Theodor Adorno, em 1963, denunciou o iconicismo ideológico do cinema, e nesse aspecto foi diferente de seu primo e amigo Walter Benjamin apreciador da Sétima Arte. O comportamento das pessoas na era do monopólio segue cegamente a moda musical, divulgada pelo standard do rádio, que não tem nada de dionisíaco ou báquico, mas o compositor de música popular, lírico e fogoso, tende a se apresentar desnudo nos shows e capas de elepês e CDs.

Foi severo com a música popular de entretenimento, cuja função é eliminar a linguagem de expressão e impedir a comunicação. O *divertissement* é a antítese da música como gnose. Trata-se de preencher o horror do silêncio, tido por um vazio que causa medo. O ouvinte apresenta a docilidade do escravo. A música de fundo, como na época do cinema mudo, servirá de fundo de conversa para quem não é capaz de falar, portanto de ouvir.

Adorno estabeleceu uma incompatibilidade radical entre arte e diversão. O entretenimento é um componente essencial da ideologia ou da falsa consciência, obstáculo à consciência de classe do proletariado. Não é por acaso que a grande música para ele deveria ser uma promessa de felicidade, assim como toda música traz um protesto velado ou aberto contra a infelicidade. A raiva na música de Beethoven concede prioridade ao todo sobre as partes e o ouvido distraído não consegue articular o todo com as partes. Referindo-se as sinfonias de Beethoven, Adorno gostava de citar a frase do compositor alemão segundo a qual o objetivo da música era “incendiar a alma do homem”.

A música popular se tornou (tal qual a masoquista telenovela) um aparato oligárquico e imperialista, conforme denunciou Glauber Rocha em *A Revolução do Cinema Novo*. Constatou que o mercado multinacional paparicava com dinheiro e prestígio o estrelato na música popular e deixava a míngua o cinema.

Desde o início dos anos 20 Adorno estava preocupado com a situação social da música. Nos Estados Unidos escreveu “How to look at television”. Antes estudou em Viena composição com Berg, teoria da audição e do ouvinte. Alban Berg era um musicólogo com formação socialista. O atonalismo pode ser visto como uma expressão musical do proletariado, não em sua acepção fenomenológica ou positivista, mas como o desdobramento da crítica radical à sociedade burguesa. Isso significa que o atonalismo, identificado como música de vanguarda, é o abandono da ilusão da harmonia, que muitas vezes surge como sinônimo de dinheiro. Em sua *Aesthetic Theory* a dissonância é a verdade, e não a harmonia, e a dissonância atingiu o seu paroxismo na música atonal de Schönberg, Berg e Webern.

Existe dominação do homem sobre o homem e também a dominação do homem sobre a natureza. A luta de classe aparece em Adorno, mas está mediatizada pela relação homem e natureza. Em sua dialética do iluminismo, que vai de Homero ao cinema, a razão instrumental é vista como totalitarismo.

Vivemos entre prédios, favelas e barulho. Nos divertimos depois do trabalho, nos entretemos com televisão para enfrentar a fadiga; na verdade o prazer é um prolongamento do trabalho. O estilo paratático de Theodor Adorno recusa o traço sistemático no pensamento. A história da civilização é a história do sacrifício e da resignação. Não é por acaso que segundo ele o objetivo da revolução socialista seria eliminar o medo.

Bibliografia

- ADORNO, T. *Beethoven – The Philosophy of Music*. Polity Press. Cambridge, 2005.
- ADORNO, T. *Current of Music*. Frankfurt: Suhrkamp Verlag, 2006.
- ADORNO, T. HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ADORNO, T. *Aesthetics and Politics*. Londres: Verso, 2007 (Radical Thinkers, set 2).
- ADORNO, T. *The Authoritarian Personality*. Nova Iorque: Harper & Brothers, 1950.
- BENJAMIN, W. *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*. In: LIMA, L. C. Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BOULEZ, Pierre. *Apointamentos de Aprendiz*. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- FRANK, G. *Desenvolvimento do Subdesenvolvimento*. Buenos Aires: Periferia, 1972.
- LUCKÀCS, György. *História e Consciência de Classe*. São Paulo. Biblioteca do Pensamento Moderno: Martins Fontes, 1923.
- MARCUSE, H. *O fim da Utopia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.
- MARX, K.; ENGELS, F. *Manifesto do Partido Comunista*. São Paulo: Cortez, 1998.
- MOREEWS, A. *L'esprit et l'espoir de Glauber Rocha (1939-1981): Idade da Terra (L'Age de la Terre)*. Paris: L'Harmattan, 2014.
- PIERRE, S. *Glauber Rocha*. Paris: Cahiers du Cinéma, 1987.
- PINTO, A. *O Conceito de Tecnologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.
- ROCHA, G. *Eztetyka da Fome* [1965]. Disponível em: <tempglauber.com.br\t_estetica.html>.
- ROCHA, G. *A Revisão Crítica do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Cosac & Naify, 1963.
- ROCHA, G. *A Revolução do Cinema Novo*. São Paulo: Alhambra, 1981.

ROCHA, G. *O Século do Cinema*. São Paulo: Cosac &Naify, 2006.

ROCHA, G. *Riverão Sussuarana*. Rio de Janeiro: Record, 1977.

TROTSKY, L. *Literatura e Revolução*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.