

Notas adornianas sobre música:

uma análise teórica sobre a atualidade deste autor para os estudos em Comunicação e Música¹

Pablo Laignier²

Resumo: Componente de um projeto de pesquisa mais amplo, que busca identificar e analisar os escritos sobre música contidos na obra de autores considerados clássicos no campo da comunicação social, o objetivo deste trabalho é operar uma síntese dos principais escritos sobre música na obra de Theodor W. Adorno. Através de uma análise teórica da obra deste expoente da Escola de Frankfurt, este artigo procura apontar em que medida este autor pode ser utilizado como ferramenta teórica na análise dos processos musicais contemporâneos. O artigo é composto por uma seção que contextualiza historicamente o pensamento adorniano; a segunda seção aborda os principais textos do autor sobre música, com ênfase em *Sobre Música popular*; a terceira seção aborda a atualidade do pensamento adorniano.

Palavras-Chave: Comunicação. Música. Teoria da Comunicação. Theodor W. Adorno. Indústria Cultural.

Abstract: Composing a wider research project that intend to identify and then make an analysis of the writings about music contained in the works of authors considered classics in the field of media, the aim of this work is a synthesis of the main writings on music in the work of Theodor w. Adorno. Through a theoretical analysis of the work of this exponent of the Frankfurt School, this article seeks to point out the extent to which this author can be used as a theoretical tool in the analysis of the contemporary musical processes. The article is composed of a first section that contextualizes the adornian thinking from a historical point of view; the second section discusses the main author's texts about music, with an emphasis on the text titled On popular music; the third section discusses the actuality of Adorno's writings about music.

Keywords: Media and Communication. Music. Media Studies. Theodor W. Adorno. Cultural Industry.

¹Este artigo é uma versão modificada e aprimorada do trabalho apresentado no VI Musicom. Ele é resultado do projeto de pesquisa intitulado “Música e Teoria da Comunicação no Brasil”, contemplado com o auxílio APQ1 da FAPERJ, além de integrante do programa Pesquisa Produtividade da UNESA.

²Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ, Professor Titular III do IBMEC e da UNESA. Integrante da Rede Musicom. E-mail: pablolaignier@gmail.com

Contextualizando o pensamento de Theodor W. Adorno

Nascido em 1903, Theodor Ludwig Wiesegrund-Adorno pode ser considerado hoje o maior expoente da Teoria da Comunicação a escrever sobre música, devido à quantidade de textos que o mesmo produziu sobre o tema ao longo de sua vida.

Fundamentalmente, Adorno constitui o autor exemplar do pensamento produzido pela Escola de Frankfurt, em decorrência dos desdobramentos acadêmicos do conceito de Indústria Cultural (conceito assinado a quatro mãos juntamente com Horkheimer). Sua obra contém as características principais do pensamento frankfurtiano, dentre elas a de associar a música produzida pela indústria do entretenimento a um instrumento da ideologia capitalista vigente. A relação entre música e ideologia nos escritos de Adorno é notória, como se pode ver no conceito de indústria cultural (ADORNO e HORKHEIMER, 1985; JAY, 2008; SELIGMANN-SILVA, 2010).

Deste modo, quando se pensa no autor Theodor Adorno, logo vem à mente alguns termos-chave: Escola de Frankfurt; Teoria Crítica; Indústria Cultural. Além de filósofo e sociólogo, Adorno foi o principal expoente da chamada Teoria da Comunicação a tratar da temática relacionada à música. Nenhum outro autor considerado “clássico” [1] estudado nas salas de aula brasileiras dos cursos universitários de Comunicação Social, Jornalismo, Publicidade e afins dedicou-se tanto a analisar a música, não apenas no que se refere à sua produção industrial, mas também no que se refere aos seus elementos internos (no caso da música erudita).

Neste sentido, Adorno constitui-se enquanto um autor fundamental tanto pertencente à Teoria da Comunicação propriamente dita (que pode ou não incluir a música como um tema de pesquisa empírica e/ou reflexão teórica), quanto pertencente aos estudos relacionados à música em outros campos de pesquisa. Além dos textos dos comentadores de sua obra, muitas vezes utilizados no lugar dos originais no ensino brasileiro, por constituírem atualizações que facilitam o entendimento de sua densa e reflexiva obra, o livro *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos (Dialektik der Aufklärung: philosophische fragmente* no

original em alemão) vem sendo a principal obra de referência estudada no Brasil nas últimas décadas não apenas de Adorno e Horkheimer, mas da própria Escola de Frankfurt.

A história que muitos já conhecem, mas que vale relembrar brevemente e de forma sintética, é a de que em 1923 alguns pesquisadores/professores fundaram o Instituto de Pesquisa Social (*Institut für Sozialforschung*), também comumente citado apenas como *Institut* (JAY, 2008). Muitos destes pesquisadores eram filósofos e sociólogos de formação, além de assumirem posicionamento marxista e advirem de origem judaica. Estes três elementos motivaram, nos anos 1930, o exílio de muitos deles em outros países e mesmo continentes, devido à ascensão do regime nazista que levou à Segunda Guerra Mundial (MATTELART e MATTELART, 2001, p. 74).

Embora marxistas, os frankfurtianos deixaram um legado teórico que misturou influências diversas de forma pouco ortodoxa, adicionando ao seu trabalho intelectual outras referências como Nietzsche e Freud: “O método marxista de interpretação da história é modificado por ferramentas emprestadas à filosofia da cultura, à ética, à psicossociologia e à ‘psicologia do profundo’. O projeto consiste em fazer a junção entre Marx e Freud” (MATTELART e MATTELART, 2001, p. 74).

Algo que se afirma sobre os pesquisadores do *Institut* é que os mesmos relegaram à pesquisa empírica a segundo plano. Houve, de fato, um direcionamento para que sua análise obtivesse resultados conceituais significativos, desenvolvendo um quadro de referência intelectual que pudesse permitir análises empíricas posteriores que não atendessem à lógica instituída nas principais universidades norte-americanas, em que o financiamento das pesquisas por grandes fundos ligados ao capital fazia com que os pesquisadores tivessem que adaptar suas pesquisas a determinadas diretrizes administrativas. É bastante conhecida a história verídica de que Adorno teria participado de pesquisas a respeito do rádio nos anos 1930 juntamente com Paul Lazarsfeld, este um expoente da chamada *Mass Communication Research*. Adorno criticou Lazarsfeld e se desligou da pesquisa em pouco tempo, por conta destas diferenças (MATTELART e MATTELART, 2001, p. 75-76).

Mesmo antes do exílio norte-americano de vários de seus expoentes (incluindo Adorno), o *Institut* tomou o direcionamento que elencou a reflexão teórica com base na História e na Filosofia como algo a ser seguido sem uma preocupação fundamental com os resultados políticos das pesquisas. Neste sentido, tratava-se de uma escolha que os distinguiu da maior parte dos autores marxistas de sua época, visto que estes utilizavam a práxis política como parte fundamental de suas obras teóricas (POLISTCHUCK e TRINTA, 2003, p. 114).

No que se refere ao modo como a Escola de Frankfurt ficou mais conhecida em termos conceituais, é preciso destacar a noção de Teoria Crítica. Estes autores operaram o duplo movimento de realizar uma filosofia da história simultaneamente à uma história da filosofia.

Em Columbia, alguns frankfurtianos desenvolveram ainda mais o processo de pensamento iniciado na Alemanha, antes de seu exílio forçado. Pode-se afirmar que a Teoria Crítica possuiu como grande característica a maneira como abordou em profundidade determinados conceitos, estimulando uma reflexão que não pretendia militar por movimentos políticos e atitudes revolucionárias (POLISTCHUCK e TRINTA, 2003, p. 110).

O papel do crítico, do analista da cultura, para alguns destes autores, era mesmo o de elaborar uma análise profunda da sociedade capitalista ocidental:

As teses defendidas por essa Escola põem em relevo o papel central que a *ideologia* desempenha em formas de comunicação, tal como vamos encontrá-las em sociedades urbanas modernas. Agentes da “bárbarie cultural”, os *meios de comunicação* seriam veículos propagadores de ideologias próprias às “classes dominantes”, impondo-as às classes populares (subalternas) pela *persuasão* ou pela pura e simples *manipulação* (POLISTCHUCK e TRINTA, 2003, p. 111).

Esta seria, então, a base do pensamento adorniano sobre diferentes assuntos, incluindo a música.

Os escritos adornianos a respeito da música: *Sobre Música popular e seus desdobramentos*

Adorno produziu vários textos sobre o tema música. Para facilitar o entendimento de sua obra, pode-se categorizar estes textos de modo cronológico. Primeiramente, existem os escritos anteriores à *Dialética do Esclarecimento*, publicados ao longo dos anos 1930 e início dos anos 1940, em que o autor demonstra uma preocupação em associar a música ao sistema capitalista e compreender esta relação. A respeito dos primeiros três textos adornianos sobre o tema “música”, o autor Márcio Seligmann-Silva (2010, p. 91) observa:

Nesta época, ele deu continuidade às suas reflexões críticas sobre o jazz, iniciadas já na Europa nos ensaios “Sobre a situação social da música” (“Zur gesellschaftlichen Lage der Musik”), publicado em 1932 no primeiro número da *Zeitschrift für Sozialforschung*, e em “Sobre o jazz” (“Über Jazz”, 1936). Em 1938, ele publica “O fetichismo na música e a regressão da audição” (“Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens”). As ideias básicas da crítica da indústria cultural já estão desenvolvidas nesses três ensaios que manifestam também em que medida a reflexão filosófica em Adorno se confunde com a crítica, e esta, por sua vez, só podia ser pensada, do seu ponto de vista, enquanto crítica tripla: do conhecimento, estética e da sociedade. Assim Adorno unia – e de certo modo superava – as tradições críticas do idealismo alemão e a marxista.

Destes textos mencionados no trecho acima por Seligmann-Silva, é preciso destacar o terceiro, intitulado *O fetichismo na música e a regressão da audição*, por se tratar de um texto amplamente estudado e discutido no Brasil pelos pesquisadores que se interessam pela obra adorniana. Ao trabalhar a noção de fetichismo através de um posicionamento conceitual marxista, Adorno discute (do mesmo modo que Marx o fez com relação à mercadoria) a música enquanto elemento inserido sociologicamente no modo de produção capitalista. Além disto, neste texto, há uma significativa preocupação do autor em constatar não apenas uma objetificação do indivíduo em termos sociológicos, mas em discutir as consequências psicológicas da música difundida enquanto mercadoria através de um sistema industrial nos ouvintes, ou seja, nos indivíduos. Deste modo, Adorno apresenta a ideia de “Regressão da audição” (que pode ser relacionada à noção de infantilização dos ouvintes apresentada posteriormente no texto *Sobre música popular* e que será

novamente abordada ainda nesta seção) (ADORNO, 1983). É também em *O fetichismo na música e a regressão da audição* que Adorno inicia uma categorização sobre os tipos de ouvintes que será novamente abordada por este autor em textos posteriores (ADORNO, 1983; 2011).

Ainda no que se refere à tentativa de associar a produção musical dos anos 1930 ao sistema capitalista, a discussão sobre a música popular norte-americana instituída por Adorno em *Sobre música popular* (publicado em 1941) é bastante significativa (ADORNO, 1997), como se verá ainda nesta seção.

A seguir, há o livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947, em que o conceito de Indústria Cultural é exposto. Neste texto, o cinema e o rádio são apresentados como canais para o escoamento de uma produção mercantil na qual a arte tornou-se mercadoria para o consumo das massas e perdeu por completo sua função crítica. Resultado de uma análise que mistura Marx e Freud, o livro de maior repercussão tanto de Adorno quanto da Escola de Frankfurt ainda hoje é utilizado como referência por professores e estudantes da Comunicação Social (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

Após *Dialética do Esclarecimento*, Adorno produziu muitos textos sobre música, principalmente após voltar à Alemanha, nos anos 1950. Os textos posteriores, quando o conceito de indústria cultural já havia sido amplamente discutido, não tratam tanto deste tema, pois já consideram o conceito um pressuposto da situação contemporânea dos processos musicais (ADORNO, 2011). São elaborações sobre a estética da música contemporânea, em alguns momentos tratando especificamente da música erudita; em outros, abordando a música de um modo mais amplo, o que inclui a música difundida através do rádio e da televisão.

Como o conceito de Indústria Cultural é bastante usado ainda hoje em diversos estudos comunicacionais no Brasil, independentemente de tratarem do tema música, não se pretende analisar aqui este conceito ou mesmo o livro *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. A seguir, apresenta-se uma análise do texto *Sobre Música popular*, obra fundamental para se compreender os escritos posteriores de Adorno a respeito do tema “música”.

O autor inicia o artigo discutindo as “duas esferas musicais”, ou seja, a dicotomia entre música séria e música popular. Basicamente, o que o autor chama de música séria é a música concebida e produzida pelas elites europeias entre os séculos XVII e XIX, formalmente conhecida como “música clássica”. A música erudita deste período estabeleceu as bases do sistema tonal que se utiliza até os dias atuais, incluindo as composições de música massiva (ou radiofônica). Adorno deixa claro o fato de que esta distinção, no caso da música popular atual (da época) norte-americana, foi importada diretamente da Europa, de modo que não se estabeleceu como algo organicamente constituído, mas transposto a partir de fora: “Desde o seu início, a música norte-americana aceitou essa divisão como algo preestabelecido e, por isso, o *background* histórico da divisão só se aplica a ela indiretamente. Daí procurarmos, antes de mais nada, uma visão das características fundamentais da música popular em seu sentido mais amplo” (ADORNO, 1997, p. 116).

O autor utiliza este argumento para explicar o porquê deste texto ser menos um apanhado histórico que busca as raízes da dicotomia “música séria x música popular”, constituindo-se de fato como um texto conceitual, uma análise teórica que busca compreender as características fundamentais da música popular norte-americana na década de 1930, período em que o rádio já se afirmara como um meio de comunicação de massa pertencente à indústria cultural. A preocupação de Adorno com o fato de obras musicais serem difundidas como mercadorias perpassa todo este texto, que pode ser considerado uma análise inicial da música dentro da esfera da indústria cultural (embora o termo não tivesse sido ainda abordado pelo autor), tendo como instância privilegiada de observação a difusão massiva da música popular através do rádio nos Estados Unidos da América.

A primeira característica da música popular contemporânea norte-americana apontada por Adorno neste texto é a “standardização”, diretamente ligada à padronização dos produtos culturais que será citada quando de sua análise posterior da indústria cultural: “Um julgamento claro no que concerne à relação entre música séria e música popular só pode ser alcançado prestando-se estrita atenção à característica fundamental da música popular: a standardização” (ADORNO, *op. cit.*, p. 116).

Em primeiro lugar, é preciso lembrar que Adorno escreve em um período composicional muito frutífero da música norte-americana, que gerou diversos temas musicais conhecidos até hoje como *standards*. Sua análise da canção estandardizada possui uma preocupação com a uniformização do pensamento e dos hábitos tal como ocorre nas repetições fabris, de modo que a individualidade seja colocada em segundo plano em face do sistema capitalista. Esta objetificação do sujeito encontra na estandardização um elemento constituinte, visto que não apenas as canções são compostas a partir de fórmulas que se repetem, indicando variações que não comprometem o esquema geral de produção em série, mas também, segundo o autor, a audição passa a ser homogeneizada de modo a criar ouvintes objetificados que esperam sempre mais do mesmo: “A estandardização estrutural busca reações estandardizadas” (ADORNO, *op. cit.*, p. 120).

O autor chama a atenção de que a questão vai muito além das reduções simplistas entre simples e complexo, visto que há harmonias na música popular de origem jazzística que seriam mais complexas do que determinados exemplos da música séria. Assim, o que a análise adorniana afirma é que, no caso da música séria, cada parte da obra está diretamente vinculada ao seu todo, sua estrutura geral. Deste modo, estas partes só ganham destaque e só significam algo em relação a este todo, não podendo ser substituídas por outras partes com facilidade. Já no caso da música popular, Adorno aponta que as partes são mais expressivas, através de um vocabulário de efeitos estilísticos conhecido pelos músicos e pelos ouvintes, sendo que o todo não expressa uma obra exatamente única, mas cujas partes poderiam ser trocadas por outras de canções similares, sem significativo prejuízo para estas obras. Assim, a música popular norte-americana geraria obras pouco expressivas individualmente, justamente porque feitas de modo serial, esquemático, ainda que apresentando detalhes que ofereceriam uma ilusão de distinção ao público ouvinte/consumidor:

Em termos de demanda de consumidor, a estandardização da música popular é apenas a expressão desse duplo desejo a ela imposto pela mentalidade do público: que ela seja “estimulante” por desviar-se, de algum modo, do “natural” institucionalizado e que mantenha a supremacia do natural contra tais desvios. A atitude da audiência em relação à linguagem natural é reforçada pela produção estandardizada, que institucionaliza desejos talvez originalmente oriundos do público (ADORNO, *op. cit.*, p. 122).

Ao abordar a questão da estandardização das obras musicais pertencentes à canção popular, Adorno apresenta também o conceito de *pseudo-individação*, ligado diretamente à questão ideológica da música como parte do sistema capitalista. Por pseudo-individação o autor exprime a característica de que os efeitos estilísticos presentes na música popular, como por exemplo, de direcionamento jazzístico, garantem a ilusão da diferença em meio à mesmidade formal das canções. Nas palavras de Adorno,

O correspondente necessário da estandardização musical é a *pseudo-individação*. Por pseudo-individação entendemos o envolvimento da produção cultural de massa com a auréola da livre-escolha ou do mercado aberto, na base da própria estandardização. A estandardização de *hits* musicais mantém os usuários enquadrados, por assim dizer escutando por eles. A pseudo-individação, por sua vez, os mantém enquadrados, fazendo-os esquecer que o que eles escutam já é sempre escutado por eles, “pré-digerido” (ADORNO, *op. cit.*, p. 123).

Os improvisos ocorridos no jazz, por exemplo, são exemplificados pelo autor como parte desta característica, devido ao fato de constituírem um momento de aparente liberdade mas cujos compassos estão pré-definidos de antemão.

A análise de Adorno, com todos os reducionismos que se pode (e se deve) apontar, possui o mérito de compreender o quanto a composição, produção, difusão e recepção da música contemporânea não se resumem aos aspectos estritamente musicais. Na parte seguinte deste texto, intitulada “Apresentação do material”, o autor aborda os “aspectos mínimos” compartilhados pela música popular norte-americana em termos de apresentação do material. Neste sentido, Adorno afirma que a estandardização dos conteúdos musicais é contrabalançada por elementos extrínsecos às obras musicais, de modo a torná-las mais sedutoras e interessantes ao público consumidor em geral:

A repetição confere ao *hit* uma importância psicológica que, de outro modo, ele jamais poderia ter. Essa promoção é o inevitável complemento da estandardização. Desde que o material preencha certos requisitos mínimos, qualquer canção pode ser promovida e transformada num sucesso, se houver uma adequada conexão entre gravadoras, nomes de conjuntos musicais, estações de rádio e filmes (ADORNO, *op. cit.*, p. 126).

Além dos requisitos mínimos de apresentação fundamentais para a promoção de uma música popular enquanto *hit* radiofônico, Adorno destaca a

importância do glamour para a promoção da música estandardizada. Elemento que o próprio autor assume não ser de simples solução, o glamour está diretamente ligado ao aspecto monótono da vida industrial, ao tédio e repetição dos hábitos cotidianos do homem médio contemporâneo. É através das luzes de neon, dos efeitos sonoros, da qualidade do “vamos apresentar” com a qual o *show business* (ou melhor, indústria cultural) opera que se constrói uma espécie de “iluminação” e garante-se o “brilho” de conteúdos muito parecidos entre si. Deste modo, glamouriza-se aquilo que, em si, seria raso, pouco suscetível a um destaque genuíno, espontâneo. Como o autor afirma, “nos arranjos musicais, aquelas inúmeras passagens que parecem comunicar a atitude ‘agora vamos apresentar’. Os floreios musicais que acompanham o leão da Metro sempre que ele abre a sua majestática boca, são análogos aos sons não-leoninos do glamour musical que se escuta pelo rádio” (ADORNO, *op. cit.*, p. 127).

Segundo o autor, quando da escrita deste texto (ou seja, na virada dos anos 1930 para os anos 1940), o rádio seria um veículo onde o glamour reinaria, ocasionando uma espécie de auto-elevação dos produtos promovidos pelo esquema industrial (que viria a ser nomeado posteriormente por ele e Horkheimer como indústria cultural), de modo a apresentar algo “maior” do que de fato o produto musical apresentado seria. Neste sentido, Adorno classifica o glamour como um “truque” cujo objetivo seria o de promover o engodo do público.

Como decorrência deste glamour, Adorno (*op. cit.*, p. 129) aponta a infantilização do público através de elementos infantis que permeiam estas músicas enquanto discurso:

A música, bem como a letra, tende a fingir tal linguagem de crianças. Algumas de suas principais características são: incessante repetição de alguma fórmula musical particular comparável à atitude de uma criança que manifesta insistentemente a mesma exigência (...); a limitação de muitas melodias a bem poucos tons, comparável ao modo de uma criancinha falar antes de dispor de todo o alfabeto; harmonia propositadamente errônea, lembrando o modo de criancinhas se expressarem com uma gramática incorreta; também certos coloridos musicais superadocicados, funcionando como doces e bombons musicais. Tratar adultos como crianças está envolvido nessa representação de divertimento que é buscada para relaxar o esforço diante de suas responsabilidades de adultos.

Adorno afirma ainda que a linguagem infantilizada serve para retirar um pouco da distância entre o público e as grandes gravadoras e empresas ligadas aos meios de comunicação, apesar desta redução ser algo fantasioso, ideológico.

O autor finaliza esta parte do texto afirmando duas coisas de total importância e que participariam futuramente de suas análises sobre a indústria cultural: 1) a presença do jornalismo e dos meios de comunicação como parte integrante do sistema de promoção dos *hits* radiofônicos; 2) a predominância da performance na apresentação musical, ocasionando (no caso do final dos anos 1930) um destaque da figura do regente.

Sobre o jornalismo propriamente, Adorno apresenta a inserção desta função no esquema de promoção como algo necessário para que o *hit* glamourizado exista. No que se refere à performance, o autor chama a atenção para o fato de que talvez os músicos mais talentosos dos EUA (na época em que esse texto foi escrito) seriam os arranjadores. Ainda assim, a figura do arranjador estaria obscurecida pela figura do *band leader*, que, no caso das bandas de swing e jazz dos anos 1930, consistiria em um regente à frente da orquestra. Adorno explicita que um dos motivos desta exaltação do regente se deve ao fato de que é preciso garantir a ilusão de que o improvisado, o momento, o talento individual e a liberdade seriam fundamentais para o sucesso das canções e dos músicos populares, quando, de fato, trata-se de um sistema bastante rígido e orquestrado. Em suas próprias palavras:

Acima de todos os outros elementos do mecanismo de promoção está a promoção de personalidades, particularmente a de *band leaders*. A maioria dos traços característicos atualmente atribuíveis a arranjadores de *jazz* é oficialmente creditada ao regente; os arranjadores, que são provavelmente os músicos mais competentes nos Estados Unidos, permanecem com frequência na obscuridade, assim como os roteiristas, no cinema (ADORNO, *op. cit.*, p. 130).

Na parte seguinte, intitulada “A Teoria do Ouvinte”, Adorno apresenta aspectos psicológicos sobre a recepção de música (embora não apresente dados empíricos que comprovem suas argumentações), além de considerações mais gerais também sobre o processo de recepção das massas com relação ao material musical difundido pelas grandes gravadoras associadas às rádios norte-americanas. Sobre o

reconhecimento e aceitação do material difundido radiofonicamente, Adorno apresenta cinco etapas deste processo: a) Vaga recordação; b) identificação efetiva; c) subsunção por rotulação; d) auto-reflexão no ato de reconhecer; e) transferência psicológica da autoridade de reconhecimento para o objeto (ADORNO, *op. cit.*, p. 132). Os limites e propósitos deste trabalho não permitem uma análise específica desta tipologia e nem se pretende reproduzir detalhadamente aqui a explicação sobre cada uma destas etapas. Porém, este trecho do texto citado relaciona diretamente a questão do reconhecimento de um material feito em série, limitado por um condicionamento *a priori* que o molda para que o ouvinte já saiba, até certo ponto, o que receberá, facilitando este reconhecimento e fazendo com que o material sonoro-musical seja aceito mais facilmente pelas massas. Segundo Adorno (*op. cit.*, p. 135-136):

O mecanismo psicológico aqui envolvido pode ser pensado como funcionando do seguinte modo: se alguma música é tocada sempre de novo no rádio, o ouvinte começa a pensar que ela já é um sucesso. Isso é fomentado pelo modo como canções promovidas são anunciadas nas estações de rádio, frequentemente com a seguinte forma característica: “Agora você vai ouvir o último sucesso do momento”. A própria repetição é aceita como um sinal de sua popularidade.

Algo que é ressaltado pelo autor neste texto, principalmente nesta parte, é a questão da distração ocasionada pela música popular norte-americana. Em uma sociedade cujo trabalho fabril (e seus desdobramentos) é extremamente monótono e repetitivo, o ouvinte quer se distrair tendo contato com materiais musicais pouco desafiadores do ponto de vista da audição e compreensão. Se por um lado as grandes gravadoras e o formato de execução musical radiofônico difundem uma música repetitiva e pouco elaborada em termos da expressividade única de cada canção(cujos formatos, assim como verdadeiros moldes, são repetidos à exaustão), por outro lado os ouvintes pertencentes às massas encontram nesta diversão distraída da canção popular norte-americana um elemento que os retira de seu cotidiano pouco interessante, sem que a sua recepção exija muito em termos de esforço.

A atualidade do pensamento Adorniano

Após as obras *Sobre música popular e Dialética do Esclarecimento*, Adorno escreveu ainda diversos outros textos sobre música, dentre eles *Filosofia da nova música e Introdução à Sociologia da Música*.

O primeiro livro se constitui como a reunião de dois artigos escritos ao longo dos anos 1940: um sobre Schoenberg e outro sobre Stravinski (acrescidos de uma introdução). Estes artigos, quando colocados em perspectiva, funcionam como uma espécie de tratado comparativo entre as obras musicais destes dois compositores, contrapondo, em linhas gerais, o progressismo do primeiro (criador do dodecafonismo) ao conservadorismo do segundo (ADORNO, 2009).

O segundo livro citado acima se constitui como uma reunião de textos que foram originalmente apresentados como palestras (algumas delas transmitidas através do rádio) proferidas por Adorno no início dos anos 1960, quando o autor já havia voltado à Universidade de Frankfurt. Os textos tratam de diferentes temáticas relacionadas à música, sendo alguns artigos mais dedicados a uma discussão sobre música erudita e outros a temas abrangentes como “mediação” e mesmo a “função” da música na sociedade contemporânea. No artigo intitulado *Tipos de comportamento musical*, Adorno retoma a tipologia dos ouvintes iniciada em *O fetichismo na música e a regressão da audição* (ADORNO, 2011).

De um modo geral, Adorno manteve, durante toda a sua escrita a respeito do tema “música”, a preocupação a respeito de uma objetificação do ser humano a partir da audição homogeneizada de músicas produzidas em série. Também se nota um certo elitismo musical em suas análises, que, por muitas vezes, apresentam opiniões mais do que considerações totalmente objetivas a respeito do objeto, fazendo com que este autor seja também muitas vezes deixado de lado por aqueles que se preocupam em estudar gêneros musicais ou processos identitários relacionados à música contemporânea.

Ainda assim, em uma época na qual a relação da música com a mídia é quase indissociável, sendo que os estudos em comunicação a respeito da música se

valem desta relação, Adorno passa a ser um dos principais expoentes de um pensamento passível de revisão e aplicação.

Apenas a título de exemplo, a proliferação dos *reality shows* musicais nos últimos quinze anos, nos EUA, no Brasil e em outras partes do mundo globalizado torna algumas das pistas lançadas por Adorno ainda bastante atuais. A ideia de uma standardização da música contemporânea a partir de sua difusão popular-massiva é bastante pertinente, sendo que estes programas, que constroem novos ídolos concretos e influem no imaginário do público midiaticizado, o fazem a partir de fórmulas bastante homogêneas. Dentre os muitos aspectos destes programas que comprovam ideias colocadas por Adorno há quase oitenta anos, está o modo como os mesmos conformam as apresentações musicais dos candidatos ao tempo televisivo pré-condicionado, de modo a cortar/editar as canções para que estas caibam no tempo disponível. Neste sentido, uma canção pode pular do segundo verso para a ponte ou o refrão, de modo a criar uma versão que não condiz com a original e que é, acima de tudo, um produto onde o movimento singular da obra não significa muito. Esta troca não altera, de fato, os efeitos que a música propõe estilisticamente, o que significa que o texto *Sobre música popular* tornou-se também um elemento de análise do formato televisivo, ainda que escrito originalmente a respeito da música difundida através do rádio. A abrangência do (posterior) conceito de indústria cultural (este já com setenta anos) permite uma aplicação daquele texto (*Sobre música popular*) em outros canais midiáticos, pois a lógica geral do sistema é a mesma.

É importante notar, tal como em trecho já analisado na segunda seção deste artigo (a respeito também do texto *Sobre música popular*), que os *reality shows* de música são interessantes ao público em geral justamente porque apresentam a novidade de modo orquestrado, operando esta relação complexa entre apresentar novos “produtos” (através dos artistas pré-selecionados, ainda desconhecidos do grande público) dentro de um formato já conhecido pelo público, que vai sendo estabelecido ao longo das primeiras temporadas destes programas. O exemplo mais significativo é o do programa *American Idol*, que apresentou, no primeiro semestre de 2016, sua décima quinta e última temporada. O programa já

não possuía a mesma audiência de anos anteriores, mas foi interrompido após ter “construído” a trajetória de alguns artistas bastante populares nos Estados Unidos da América atualmente (tais como Phillip Phillips, Kelly Clarkson, Adam Lambert, Jennifer Hudson e Carrie Underwood). Em uma época na qual o consumo de CDs diminuiu por conta das novas tecnologias e da venda de cópias não-autorizadas oficialmente pela indústria cultural, a associação entre indústria da música e indústria televisiva apresentou a ideia de uma aproximação do público ao programa, visto que a audiência, neste tipo de espetáculo, pode votar em seu cantor(a) preferido(a). Isto proporciona ao público em geral o sentimento de que está ajudando a construir o seu ídolo midiático/musical.

Além do exemplo dos *reality shows*, qualquer estudo sobre música realizado através de um “olhar comunicacional” encontra na questão da midiaticização dos processos musicais um de seus principais tópicos de interesse. A midiaticização, como já tratou Muniz Sodré (2002) em *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*, se constitui como uma mediação específica, uma virtualização das relações com base no real-histórico, mas reapresentadas (em sua associação a um capitalismo veloz e globalizado) sob um fluxo de imagens e sons que constituem o produto dos conglomerados midiáticos empresariais. Assim, o conceito adornoiano de indústria cultural ainda pode ser considerado um elemento conceitual importante para tratar de questões referentes à midiaticização dos processos musicais.

Há, também, a questão da espetacularização das relações entre o público e os conteúdos musicais na contemporaneidade. A ideia de uma “sociedade do espetáculo”, tal como definida por Guy Debord nos anos 1960, está diretamente relacionada a uma atualização da amplitude dos efeitos da noção de fetichismo da mercadoria e do processo de alienação do proletariado fabril, tal como analisado anteriormente por Karl Marx. O momento em que a forma-mercadoria chega a todos os estágios da vida social, ou seja, a ideia de uma “sociedade do espetáculo” ou de uma espetacularização das relações sociais é um tema recorrente nos estudos comunicacionais brasileiros contemporâneos, normalmente associado ao jornalismo. Adorno já tratava do glamour associado à música nos anos 1930, como se viu na análise efetuada neste artigo (segunda seção) a respeito do texto *Sobre música*

popular. A glamourização pode ser vista como parte desta sociedade baseada na espetacularização, o que torna bastante atual este texto adorniano e suas possibilidades de aplicação a objetos musicais/comunicacionais contemporâneos.

Finalmente, ainda que não consiga um resultado totalmente satisfatório em seus apontamentos, as tentativas de Adorno de tipologizar o processo de audição e os ouvintes são também interessantes e passíveis de revisão, mas demonstram uma capacidade analítica deste autor que deve ser levada em conta como um modelo possível a ser perseguido. A tentativa de categorizar e classificar é parte do trabalho acadêmico e, neste sentido, pode-se realizar uma revisão crítica do pensamento adorniano, pois o mesmo apresenta categorias e nem sempre as discute a partir de evidências empíricas que constituam mais do que exemplos interessantes e controversos. Desta forma, Adorno também nos ensina (com seus reducionismos) o que não devemos fazer quando analisamos certos objetos de pesquisa musicais/comunicacionais contemporâneos.

Considerações finais

Seria muita pretensão tentar abordar uma obra tão significativa e cheia de elementos importantes em apenas um artigo, mas o que se tentou realizar aqui foi apontar elementos que tornam a obra de Adorno ainda hoje fundamental para quem estuda e pesquisa na interface entre a comunicação e a música. A melhor forma de validar ou mesmo explicar a importância de um objeto de pesquisa dentro de um campo teórico (como no caso da música como objeto de estudo dentro do campo teórico da Comunicação Social) é efetuar um levantamento a respeito de quais autores clássicos deste campo de estudos trataram deste tema. Além disso, é fundamental procurar compreender, também, de que forma estes autores trataram do tema em questão.

Neste sentido, Theodor W. Adorno se constitui como referência essencial no que se refere à legitimação dos estudos de música no campo comunicacional. Um dos autores cuja obra é extremamente usada como referência para a Teoria da Comunicação, principalmente por conta do conceito de indústria cultural

apresentado no livro *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*, é também o autor que mais escreveu sobre o tema música dentre os autores considerados clássicos para o campo teórico da Comunicação Social.

Embora neste artigo o que se pretendeu foi apresentar uma síntese dos aspectos fundamentais da obra de Adorno e analisar de modo mais específico o texto *Sobre música popular* e a atualidade do mesmo (e de sua obra como um todo) para os estudos em Comunicação e Música, é possível não adotar nenhuma das premissas ou conceitos adornianos em uma análise de objetos de pesquisa musicais/comunicacionais contemporâneos. Trata-se, de fato, de um autor cujos textos ainda causam fascínio e repulsa, dependendo do leitor. Mas, certamente, não causam indiferença. O grande pensador nem sempre é aquele com quem se concorda; mas aquele que, muitas vezes, o força a pensar contra ele. Pode-se concordar ou discordar de Adorno; mas, para quem pesquisa o tema música no campo da Comunicação Social, não se deve ignorar a sua produção intelectual.

Notas

[1] O que se está chamando aqui de autores clássicos do Campo da Comunicação Social são aqueles autores estudados em disciplinas como “Teoria da Comunicação”, “Teorias da Comunicação”, “Teoria da Comunicação I” e variantes, ou seja, disciplinas que tratam da constituição do campo comunicacional como campo de estudos ao longo do século XX e que elencam autores, escolas, correntes de pensamento e teorias que originam e fundamentam este campo.

Referências

ADORNO, Theodor W. O fetichismo na música e a regressão da audição. In BENJAMIN, Walter *et al.* *Textos escolhidos*, 2. ed. São Paulo: Ed. Abril Cultural, 1983 (Coleção Os Pensadores).

_____. Sobre música popular. In COHN, Gabriel (Org.). *Sociologia*. São Paulo: Ed. Ática, 1997, p. 115-146 (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

_____. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

_____. *Filosofia da nova música*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2009 (Coleção Estudos; 26).

_____. *Introdução à Sociologia da Música*: doze preleções teóricas. São Paulo: Ed. UNESP, 2011.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo/Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1997.

JAY, Martin. *A imaginação dialética*: história da Escola de Frankfurt e do Instituto de Pesquisas Sociais, 1923-1950. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2008.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais*: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*, 4 Ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2001.

NEGUS, Keith. *Music genres and corporate cultures*. New York, US: Routledge, 2005.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. Paradigma Conceitual ou crítico radical In *Teorias da Comunicação*: o pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2003, p. 109-118.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). *Teorias da Comunicação*: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2001, p. 131-150.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. *A atualidade de Walter Benjamin e Theodor W. Adorno*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2010.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2002.

WOLF, Mauro. A Teoria Crítica. In *Teorias das comunicações de massa*, 2. Ed, São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2005, p. 72-93.