

## A Indústria Fonográfica e o Cotidiano

Geanne Lima Batista\*

### Resumo

O presente ensaio busca fazer uma reflexão sobre como Theodor Adorno, um dos fundadores da Escola de Frankfurt, trata a questão da música no contexto da indústria fonográfica. Trataremos também de situar a crítica de Adorno dentro da perspectiva do cotidiano pensando por Henri Lefebvre para assim tentarmos entender como a indústria fonográfica reproduz o modelo hierárquico e hegemônico típico da sociedade capitalista de consumo.

**Palavras-Chave:** Cotidiano. Música. Indústria fonográfica.

### 1. Introdução

A música sempre esteve presente em todas as sociedades. Ela é vista por muitos, como uma expressão social, artística, cultural e até mesmo individual que faz parte da vida das pessoas em seu cotidiano. É companheira no dia-a-dia e exerce uma grande influência sobre os sujeitos, pois a relação da sociedade com a música é algo muito particular e intuitivo.

Para compreender melhor esse fenômeno, com presença extremamente marcante em todos os âmbitos da vida cotidiana é necessário levar em consideração que antes da música chegar até nós ela passa por uma série de critérios ditados pela indústria fonográfica.

Com este ensaio, pretende-se fazer uma reflexão sobre como Theodor Adorno, um dos fundadores da Escola de Frankfurt, observa a música inserida no contexto da indústria fonográfica. Também pretende-se a partir do pensamento de Henri Lefebvre tentar entender como o cotidiano da indústria fonográfica é representado por uma ordem

---

\* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB.

hierárquica dentro da esfera capitalista.

Trataremos também de situar a crítica de Adorno dentro da perspectiva do cotidiano pensando por Henri Lefebvre para assim tentarmos entender como a indústria fonográfica reproduz o modelo hierárquico e hegemônico típico da sociedade capitalista de consumo.

## **2. Theodor Adorno e a indústria fonográfica**

A Escola de Frankfurt foi fundada no final da década de 20 por um grupo de filósofos e cientistas sociais preocupados com o problema da cultura de massa, ou seja, cultura regida e distribuída de acordo com as leis do mercado.

Associada diretamente à chamada Teoria Crítica da Sociedade, a Escola de Frankfurt elaborou os conceitos de cultura de massa e indústria cultural com intuito de designar a forma mercadológica atribuída à cultura.

Para alguns frankfurtianos, a exemplo de Theodor Adorno, a autonomia da obra de arte quase nunca existiu de forma pura. A ela, é atribuída uma série de mecanismos mercadológicos construídos rigorosamente a partir das perspectivas da Indústria Cultural. Indústria essa que sempre se mantém a “serviço” de terceiros, tendo como principal finalidade o lucro exorbitante.

Essa dominação técnica e mercadológica da indústria cultural, segundo Adorno “impede” que os indivíduos sejam autônomos, independentes e torna-os “incapazes” de fazer escolhas conscientes e opinar sobre o que recebem.

De acordo com Adorno, em seu ensaio “*o fetichismo na música e a regressão da audição*” (2000), a indústria fonográfica, um dos principais produtos de consumo da indústria cultural, tem contribuído exorbitantemente para a desvalorização e banalização da música.

Para Adorno (2000), a sociedade está cada vez mais regredindo na audição. Essa música passageira vinculada à indústria fonográfica é sem qualidade, banal e tida como ruído. Os indivíduos não param para escutá-la e ainda por cima são induzidos a consumi-la por uma indústria que, através da persuasão veiculada massivamente nos meios de comunicação – rádio e posteriormente a televisão – consegue enfeitiçar o grande público com seus mecanismos fetichistas.

O prazer do momento e da fachada de variedade transforma-se em pretexto para desobrigar o ouvinte de pensar no todo, cuja exigência está incluída na audição adequada e justa; sem grande oposição, o ouvinte se converte em simples comprador e consumidor passivo. Os momentos parciais, que já não exercem função crítica em relação ao todo pré-fabricado, mas suspendem a crítica que a autêntica globalidade estética exerce em relação aos males da sociedade. A unidade sintética é sacrificada aos momentos parciais, que já não produzem nenhum outro momento próprio a não ser os codificados, e mostram-se condescendentes a estes últimos. (ADORNO, 2000, p.70).

O mercado está cada vez mais preocupado em distribuir o seu produto para a grande massa. E não é diferente com a canção.

A canção vinculada à indústria fonográfica é para Theodor Adorno nada mais que uma “mercadoria musical padronizada” (2000), cheia de intervenção técnica, e por esse motivo, não pode ser considerada como manifestação artística.

Essa “música ligeira” (2000), como define o crítico da Escola de Frankfurt, é produzida em série e modificada para agradar os padrões dos consumidores, limitando a liberdade de criação do autor.

A indústria fonográfica, responsável por produzir e divulgar essas “músicas de entretenimento” (2000), não se preocupa com o conteúdo e sim com a forma. Esse formato de transmissão totalitária e monopolizadora é responsável por inserir as pessoas em uma realidade alienada, banal e modista.

Para Adorno (2000, p. 67), dentro dessa proposta da indústria fonográfica, de fazer música para a grande massa adequada à técnica não existe mensagens que reflita sobre um momento social, com a rapidez exagerada de transmitir música, ninguém é capaz de falar realmente e, conseqüentemente, ninguém é capaz de ouvir. Desse modo, o crítico considera a associação entre a arte e a técnica na sociedade capitalista como dominação e não como emancipação.

Olhando por esse prisma, a arte como entretenimento não desempenha o papel de emancipação, pois o seu objetivo é ser comercializada e essa comercialização acaba dando à arte um sentido de diversão e não de crítica social. Segundo Adorno (2000, p. 66), a obra de arte, em especial a música, perde todo o seu valor quando está inserida no universo de mercadoria padronizada.

Partindo desse princípio, Theodor Adorno diz que a arte jamais pode se desvincular do seu compromisso social. Para o crítico, a arte se encontra em um estágio

de paralisia. O sistema capitalista a colocou dentro de uma realidade social mercadológica e desse modo ela perdeu o seu valor espiritual e passou a ganhar valores materiais.

### **3. O cotidiano da indústria fonográfica a partir do pensamento de Henri Lefebvre**

Trazendo para o século XXI as implicações do pensamento de Adorno, podemos afirmar que as novas mídias na sociedade capitalista têm interferido não só na música, como na arte em geral. No entanto, não é possível imaginar como um compositor ou artista possa sobreviver dentro do sistema capitalista sem se tornar “produto” desse jogo de poder e interesses.

Ao mesmo tempo, como pode um compositor ter sua obra conhecida pela grande massa se não passar pela indústria fonográfica?

De certo modo a indústria cultural tem contribuído significativamente para a popularização da música. Essa difusão deve-se especificamente ao rádio, à televisão, ao vinil, à fita cassete e ao CD uma vez que, sem esses veículos e suportes, não seria possível o público ter acesso a essas canções. A grande questão é como e com que intuito esses veículos estão sendo administrados.

A dominação e a manipulação dos produtos culturais produzidos pela indústria cultural estão completamente em sintonia com a atual organização racional da moderna empresa capitalista. É a indústria que, de certa forma, tanto dita novos costumes e modas, como também se apropria daqueles que surgem na sociedade, transformando-os em mercadorias de consumo.

A consciência da grande massa dos ouvintes está em perfeita sintonia com a música fetichizada. Ouve-se a música conforme os preceitos estabelecidos pois, como é obvio, a depravação da música não seria possível se houvesse resistência por parte do público, se os ouvintes ainda fossem capazes de romper, com suas exigências, as barreiras que delimitam o que o mercado lhes oferece (Adorno, 2000, p. 87)

A “sociedade” acaba se tornando condicionada ao monopólio da indústria fonográfica que, muitas vezes, não permite aos indivíduos pensar sobre o que estão ouvindo, enfim, sobre o que estão consumindo.

O modismo musical é transmitido em uma velocidade exorbitante. E ao mesmo tempo a indústria fonográfica usa essa velocidade de forma estratégica para alienar.

Por outro lado, é relevante falar que nos países de terceiro mundo, dificilmente existe uma crítica à indústria fonográfica por parte da sociedade. E quando existe são críticas, isoladas.

A sociedade não é educada para ter formação musical e é por isso que não existe critério de recepção das músicas transmitidas pela indústria fonográfica.

Segundo José Luiz Braga, em seu livro “a sociedade enfrenta sua mídia” (2006, p. 47), é necessário que as pessoas tenham qualificação para selecionar e interpretar os produtos midiáticos. A partir dessa qualificação, os receptores poderão fazer suas escolhas e suas críticas à indústria com mais consciência.

José Luiz Braga (2006, p.48) ainda afirma que o principal objetivo da crítica em relação à indústria cultural é oferecer um conteúdo no qual permita ao usuário interpretar e participar de um debate social em relação à mídia.

É de fundamental importância percebermos que Adorno em seu ensaio “o fetichismo na música e a regressão da audição” (2000), se refere à música clássica. Porém, o seu pensamento se insere no contexto atual, uma vez que ainda estamos passando por essa descaracterização da música, e esta, da forma como é produzida hoje, sofre interferência dos meios técnicos tanto em sua confecção como na sua distribuição.

Pensando as implicações da posição de Adorno dentro da perspectiva do cotidiano proposto por Lefebvre, temos a oportunidade de compreender quais os princípios que regem a produção e circulação dos produtos da indústria cultural.

Para Lefebvre, em sua obra “a vida cotidiana no mundo moderno” (1991, p. 38), o cotidiano é resultado de “forças políticas” e “formas sociais” que procuram estruturá-lo, ou seja, a vida cotidiana é regida e planejada de acordo com interesses de uma classe dominante.

Lefebvre destaca ainda (1991, p. 77) o fenômeno do consumo dentro da atual sociedade caracterizada por ele como, “sociedade burocrática de consumo dirigido”. Nesta sociedade, o consumo teria um papel de extrema importância para as forças políticas que procuram estruturar o cotidiano, na medida em que através do ato de consumir, se teria um maior controle e organização do cotidiano.

Partindo da perspectiva de Lefebvre entendemos que a música veiculada pela indústria fonográfica se torna objeto de consumo despejada no cotidiano da atual

sociedade. E que, como diz Theodor Adorno, não há reflexão por parte do indivíduo consumidor do produto que é consumido. Assim, esta atitude “passiva” corrobora para que haja um “controle” por parte das esferas superiores que tentam controlar o cotidiano.

É perceptível que dentro dessa lógica de consumo, as esferas superiores não têm nenhum interesse que os indivíduos tenham senso crítico para escolher as músicas colocadas no mercado pela indústria fonográfica. Esta organização técnica da produção das obras da indústria cultural ganha uma dimensão bem maior, podendo assim abranger toda a sociedade isto seria também uma forma de controlar o que deve ou não deve ser ouvido.

Neste caso, entendemos que a indústria fonográfica atua de acordo com os preceitos estabelecidos pelo próprio mercado. Essa racionalidade técnica da indústria está de acordo com meios e fins específicos que regem a lógica do seu funcionamento. Portanto, seu objetivo principal é atingir a grande massa e, para isso, ela não mede esforços.

John Thompson, um dos estudiosos dos meios de comunicação na sociedade moderna, na obra “*Ideologia e cultura moderna*” (1995, p. 136), admite a aproximação dos indivíduos com a indústria cultural satisfatória porque permite que eles analisem as instituições e as características da comunicação de massa.

O autor ressalta (1995, p. 136), que a visão de Adorno em relação à indústria cultural é limitada, uma vez que ele não leva em consideração a diversidade e a complexidade das formas de comunicação de massa que surgiram desde o século XVI.

Para Thompson, a crítica de Theodor Adorno é voltada para a mercantilização das formas simbólicas pela indústria da mídia, analisando o processo de desenvolvimento midiático de uma maneira subliminar. O autor afirma (1995, p. 136), que Adorno não se preocupa em examinar a organização social e as práticas cotidianas da indústria da mídia.

Neste caso, o pensamento de Thompson vai de encontro ao de Adorno, na medida em que o último confere pouca atenção ao crescimento e a transformação da técnica nos meios de comunicação.

Esse crescimento, dentro da sociedade, para Thompson (1995) é sinônimo de emancipação e possibilita que os indivíduos tenham mais acesso às tecnologias e aos produtos oferecidos pela indústria.

Ao receber as mensagens, as pessoas se apóiam em, e empregam convenções de vários tipos, que as possibilitam decodificar e tornar compreensivas as mensagens, e nesse processo elas podem também avaliar as mensagens, aceitá-las ou rejeitá-las, tomar posição diante delas. (THOMPSON, 1995, p. 406).

A forma como Theodor Adorno se refere à recepção e ao consumo dos produtos midiáticos pelos indivíduos é para Thompson limitada, o autor não acredita ser totalmente evidente que a sociedade ao receber os produtos da indústria cultural aceite de forma passiva e conformada, enfraquecendo e regredindo a sua imaginação.

#### **4. Considerações Finais**

Este ensaio tentou fazer uma reflexão sobre como Theodor Adorno, um dos fundadores da Escola de Frankfurt, observa a música inserida no contexto da indústria fonográfica. Também foi possível compreender que a partir do pensamento de Henri Lefebvre o cotidiano da indústria fonográfica é representado por uma ordem hierárquica dentro da esfera capitalista.

Para tanto fez-se necessário recorrer a alguns teóricos da comunicação para ver como estes se posicionam em relação a organização social e as práticas cotidianas da indústria da mídia.

Partindo dos pressupostos acima citado é possível perceber que existem várias vertentes contraditórias em relação a indústria fonográfica, por um lado a indústria banaliza, produzindo e divulgando música em série para a grande massa, preocupada apenas com a forma e com o lucro, por outro, ela contribui de certa maneira, para a popularização da obra e do artista.

Também é relevante falar que não podemos negar a existência do enquadramento dos ouvintes nas músicas transmitidas pelo rádio. Essa limitação proporciona aos receptores a sensação de que eles são livres para escutar o que quiser, quando na verdade o que existe é um modelo de alienação.

Do mesmo modo, não se pode exigir que em uma sociedade, na qual a educação musical se dá pelo rádio, as massas tenham senso crítico para definir música séria de música de entretenimento.

Também é preciso levar em consideração que em meio a todo esse processo mercadológico e dominador da indústria cultural, existem cantores e compositores que

mesmo fazendo parte desse sistema conseguem se sobressair dentro dele e compor músicas autênticas com relações ideológicas, culturais que representam o homem em sua cotidianidade.

### **Referências**

ADORNO, Theodor. **Os pensadores**. São Paulo, SP: Nova Cultura, 2000.

ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2002.

BRAGA, José Luiz, **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.

LEFEBVRE, Henri: **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo, SP: Ática, 1991

THOMPSON, John. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.