

ARTE/MÚSICA E INDÚSTRIA CULTURAL – RELAÇÕES E CONTRADIÇÕES

SUBTIL, Maria José – UEPG – mjsutil@hotmail.com -

jsubtil@brturbo.com.br

GT: Educação e Comunicação / n.16

Agência Financiadora: Sem Financiamento

Introdução

Gosto muito de música, não só porque sou Licenciada em Música, toquei instrumentos e fui professora de Educação Artística, mas em especial porque a música me faz bem. Ela me envolve, proporciona alegria, emociona, traz lembranças, faz chorar e também porque já estou acostumada a ela. Ouço habitualmente música erudita ("clássica"), através de CDs de autores como Beethoven, Mozart e Bach, e popular: Chico Buarque, Tom Jobim, Milton Nascimento, Zeca Pagodinho (que é um bom sambista), Gabriel - O Pensador, entre outros, música internacional, em especial norte-americana, particularmente blues e jazz. Ouço temas de novelas e algumas músicas de duplas sertanejas mas não compro os CDs correspondentes, nem os de "axé music" e grupos de pagode porque acho que não vale a pena investir nesse tipo de música, não me atraem, não são do meu gosto. Elitismo? Quem sabe!

Esse parágrafo serviu para situar-me como um tipo de consumidora musical, fruto de uma história particular num tempo/espço específicos. É bom lembrar: tenho 57 anos e pertenço à classe média.

Estudei música sistematicamente desde a infância, participei de espetáculos musicais, vivi intensamente os festivais de MPB na década de 60, ouvi rádio, discos e fitas cassetes, toquei violão tentando "tirar de ouvido" ritmo e melodia das músicas dos Beatles, Roberto Carlos e dos autores já mencionados, sem esquecer as clássicas canções italianas, do ambiente familiar típico dos emigrantes do sul do país.

Indo além neste memorial musical, é importante ressaltar que a televisão não fez parte da minha infância, nem mesmo da juventude. Ouvir música significava fechar os olhos e efetivamente ouvir, não "ver". Isso não quer dizer que eu não imitasse todos os gestos e passos das danças da época. Apenas aprendia com os amigos nos bailes, nas reuniões dançantes e nas festinhas ao som dos toca-fitas.

Lembro-me de que os gêneros musicais eram bem definidos: *música erudita* - aquela que eu estudava na Academia de Música e depois na Faculdade de Belas Artes, com uma formatação complexa que supunha muito treino, estudo de teoria e harmonia,

enfim, conhecimento musical; *música popular* - sambas, MPB¹, choros e valsas, músicas dos Beatles, Ié-ié-ié, baladas que escutava nas rádios todo dia e em especial tinha a ver com os Festivais da Canção da época; *música folclórica* - as cantigas de roda, de ninar, os cantos regionais, tradicionais que trabalhava com as crianças na sala de aula (a essa altura eu estava com 18 anos e era professora normalista). Com certeza, hoje teria dificuldades em definir e separar de forma tão radical esses gêneros.

Uma tecnologia importante para minha fruição musical foi o rádio que se constituiu, desde as primeiras décadas do século, num meio de comunicação de massa distribuidor de música destinada ao consumo cotidiano com validade ainda hoje, particularmente pela inserção das FMs.

A introdução da televisão, como um eletrodoméstico indispensável para a maioria das pessoas, proporcionou o contato com outros objetos musicais e outras formas de apreciação/fruição musical. Basta observar o modo como as crianças "ouvem" música com o corpo todo, com os olhos, imitando e repetindo os gestos e movimentos dos cantores. Sem contar que, em termos de conteúdo, gradativamente, as músicas infantis foram perdendo terreno para os ritmos, letras, músicas e coreografias destinadas ao público adulto.

Assim, parece que a massificação musical atinge a todos indistintamente, uma vez que a TV e sua sonoridade são onipresentes. Não está na pauta de discussão a velha distinção entre "o bom gosto musical" identificado com a música erudita ou com os grandes nomes da MPB e a música de "baixa qualidade" que poderia ser identificada com a música massiva (na visão dos autores frankfurtianos, como será demonstrado adiante) ou "brega", "cafona" e *kitsch* (Chauí, 1985; Eco, 1976)

Hoje, considero a televisão como parte integrante do meu universo de lazer e de trabalho. Aprecio as músicas midiáticas a partir da compreensão de que, se a TV de um lado produz a homogeneização, o nivelamento por baixo e a repetição de músicas com formato padronizado, de outro proporciona momentos de fruição erudita, prazer estético e, também, por que não, de evasão descompromissada.

No decorrer desses anos que separam o tempo/espço privilegiado que me constituiu fruidora de música, tenho observado mudanças nos conceitos entre folclórico/popular/culto (erudito) com a introdução de um outro elemento que

¹ Música Popular Brasileira - uma sigla criada na década de 60 para músicas com um caráter mais sofisticado como bossa-nova, que se diferenciavam das composições mais populares oriundas dos morros e das periferias.

modificou profundamente os anteriores - o massivo. Opto por usar neste texto o termo **música midiática** como uma forma musical estabelecida que é característica do universo cultural e simbólico das crianças e dos adultos pela ação da mídia massiva.

O presente trabalho faz algumas reflexões sobre cultura, arte/música na interface com o conceito de Indústria Cultural² a partir do lugar que ocupo como professora formadora em Arte e Educação e dos habitus que me instituíram fruidora de música e mídia.

1 - O campo da produção cultural: reflexões sobre conceitos

1.1 - A noção de de campo cultural em Bourdieu

A noção de *campo* enquanto um constructo teórico que estabelece uma dimensão relacional de compreensão da realidade ou seja “uma estrutura de relações objetivas” (BOURDIEU, 1989, p.66) vem retirar do arbitrário e do natural a produção, veiculação, usos e consumo dos bens simbólicos. Nesse espaço social “os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados conforme sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo assim para a conservação ou a transformação de sua estrutura” (1997, p. 50).

Com essa percepção entende-se as práticas musicais e as representações nelas envolvidas como resultantes da relação dialética entre “uma estrutura – por intermédio do *habitus* como *modus operandi* – e uma conjuntura entendida como as condições de atualização desses *habitus* (...) um sistema de disposições duráveis e transferíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona como uma matriz de percepções, apreciações e ações ...” (apud MICELLI, 1992, p.XLI). Nessa perspectiva de um lado temos a produção erudita num espaço de certa forma delimitado, no qual as obras circulam entre os que dominam os códigos de acesso; de outro, o campo da *indústria cultural*, organizado tendo em vista os “não-produtores” ou seja o “público consumidor” (BOURDIEU, 1992, p.109).

Essa noção traz a diferença fundamental entre dois tipos de produção: a arte média e genérica destina-se a um público médio, socialmente heterogêneo que

² Termo cunhado por Adorno e Horkheimer, teóricos da Escola de Frankfurt, que será melhor explicitado adiante.

define as obras a serem consumidas – os institutos de pesquisa revelam bem os requerimentos desse público - sob a sanção do mercado econômico e a “ arte pela arte” destinada aos produtores, um público que possui disposições propriamente estéticas, instrumentos culturais de fruição e apreciação, o capital cultural.

Nesses *locus* das disputas por legitimidade dos sujeitos e dos objetos, mais do que a dominação econômica, está em jogo a luta pelo poder de estabelecer o que é “brega” ou “chique”, o que está na moda, os *hit parades*, quem é o artista a ser consumido, quais os estilos do momento, ou seja, a dominação simbólica .

No entanto, o processo de *medianização* promovido pela *indústria cultural* explicaria os gostos musicais semelhantes dos públicos econômica e socialmente diferenciados. Como se trata de uma lógica baseada na produção industrial, essa medianização produz o que Bourdieu denomina uma “ rentabilidade dos investimentos e, em consequência, da extensão máxima de público” (1997, p.137).

Entendendo o *campo cultural* onde situam-se os objetos musicais como um espaço de relações e de disputas pelo poder simbólico, passo a discutir os diferentes conceitos de cultura a partir dessa percepção.

1.2 - Cultura e culturas - as imbricações dos conceitos

Para Chauí (1985, p.14):

"Em sentido amplo, cultura é o campo simbólico e material das atividades humanas... Em sentido restrito, isto é, articulada à divisão social do trabalho, tende a identificar-se com a posse de conhecimentos, habilidades e gostos específicos, com privilégios de classe, e leva à distinção entre cultos e incultos" daí a diferença entre cultura letrada-erudita e cultura popular.

A cultura popular é assim entendida a partir de diferenças em movimento no interior das classes sociais que dotam essa cultura de sentidos e significados diferentes em cada classe. A autora compreende "a dimensão cultural popular como prática local e temporalmente determinada, como atividade dispersa no interior da cultura dominante, como mescla de conformismo e resistência" (1985, p. 43)

Questionando o enfoque que considera a cultura, ou as culturas como “reflexo” das relações econômicas, Santaella (1990) afirma não ser possível estabelecer uma relação unívoca entre infra e super-estrutura, porque os fenômenos culturais são fortemente mediados em relação ao econômico estendendo-se ao político cultural:

"Cada uma dessas dimensões é uma unidade complexa praticamente autônoma de práticas diferenciais determinadas pelo econômico em última instância"(p.35).

Canclini (1984) vai dizer que a arte culta ou erudita tem origem na burguesia, contempla também setores intelectuais da pequena burguesia e privilegia o momento da produção como criação individual. O consumo acontece pelo recolhimento e pela elevação. Não há necessidade de problematizar a obra, basta "colocar-se em atitude de contemplação" (p.49) A forma de aproximação à música erudita, para citar um exemplo supõe a valorização da "grande música" ou a aclamação dos artistas consagrados pela crítica, além é claro, do conhecimento formal sobre obras e compositores, um capital cultural distintivo de classe.

A arte para as massas tem como elemento fundante o segundo momento do processo artístico que é o da *distribuição*. Ela é produzida pela classe dominante, no caso da música, em especial as gravadoras, os canais de TV, especialistas (produtores, autores, críticos musicais) e tem como finalidade transmitir uma ideologia de consumo padronizado e fruição passiva. A distribuição é o elemento chave nesse tipo de arte tanto por questões ideológicas quanto por questões econômicas. Interessa a quantidade de pessoas que vão ser atingidas e o potencial de consumo (Ibidem). Esse é um processo evidente com a música quando as gravadoras lançam um sucesso e o distribuem através das rádios FMs, novelas, programas de auditório, revistas musicais e midiáticas, shows, em comerciais etc...

Para exemplificar as estratégias de produção/distribuição e consumo musical pode-se mesmo afirmar que no Brasil há um relação direta entre os lançamentos de discos e as grandes festas (ditas folclóricas ou tradicionais) que hoje assumem um caráter absolutamente comercial: Carnaval, festas juninas, rodeios e até os Bois do Maranhão. Há uma relação intrínseca entre esses eventos e a produção musical decorrente concomitantemente lançada no mercado fonográfico.

Na verdade hoje têm-se claro que há uma imbricação e uma transformação dos modos de ser da cultura. Há um intenso trânsito entre o popular, o folclórico e o culto não só na música:

... o popular não se define *a priori*, mas pelas estratégias instáveis, diversas, com que os próprios setores subalternos constroem suas posições, e também pelo modo como o folclorista e o antropólogo levam à cena a cultura popular para o museu ou para a academia, os sociólogos e os políticos para os partidos, os comunicólogos para a mídia. (CANCLINI, 1997 p.23).

Para esse autor há uma transformação das relações entre tradição e modernismo cultural e a modernização econômica/social na América Latina resultando em “culturas híbridas” (23). Ele defende a idéia de que, em relação ao culto, ao popular, e ao massivo é preciso elaborar um pensamento mais aberto para abarcar as interações e integrações entre os níveis, os gêneros e formas da sensibilidade coletiva" (idem p.28).

Importa refletir em profundidade sobre o campo artístico e os processos de produção, fruição e consumo dos objetos estéticos, em particular no que se refere à música.

2 - Arte/música e indústria cultural - fruição³ e consumo⁴

2.1 – Arte: produção circulação e consumo

O homem estabelece relações de diferentes naturezas com o mundo humano social. O fabrico de um pote, por exemplo, que tem como objetivo armazenar água produz uma relação de *caráter prático utilitário*. Este objeto pode possuir enfeites, ser colorido, conter elementos decorativos; isso não vai alterar a função do pote mas traduz o *caráter estético* das relações dos homens entre si e com a natureza.(CANCLINI, 1984; FISHER, 1987).

Fica evidente que um simples objeto revela necessidades espirituais que transcendem o imediatismo da prática:

"... a vida não necessita de artifícios para poder manter-se. O homem, no entanto, embeleza-a e adorna-se. Não aceita nem o seu próprio corpo como simples realidade natural, e a prova disso é que o enfeita. A tudo que é útil, vaso ou arma de guerra, acrescenta o colorido, a linha e a figura. Transforma o movimento em dança, o grito em canto..." (NUNES, 1966, p. 80)

^{3 3} Esse termo não é apenas sinônimo de consumo mas “ gozo, posse, usufruto” cfe. Dicionário Escolar da Língua Portuguesa”. Zuin (1999) concebe *fruição estética* “no seu etimológico de percepção, ou seja, a fruição perceptiva que fundamenta o desenvolvimento das relações entre a consciência e o mundo fenomênico – proveniente da experiénciação das qualidades que compõem o gênero humano, tais como a beleza e a justiça”(p.40). Ele acrescenta que “ Em função do próprio desenvolvimento das forças produtivas da Antiguidade, a fruição da pureza, da beleza e da justiça ficaram restritas a um determinado grupo social” (idem).

⁴ Para Canclini (1996, p.53) consumo "... é o conjunto e processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos (...) é compreendido sobretudo pela sua *racionalidade econômica*".

Não se pode falar portanto em "arte", mas em "artes" tantas quantas são as manifestações de humanização do homem, em terrenos tão diversos quanto a pintura, a música, o teatro, o cinema, a escultura, etc...

Do acima exposto deduz-se que o homem cria, através do trabalho artístico, não apenas coisas, mas relações que satisfazem uma necessidade essencialmente humana de objetivar sua dimensão espiritual, tornando-as sensíveis nas formas artísticas. Nesse processo ele potencializa as suas capacidades espirituais para além da prática criadora e transformadora já existente no trabalho em geral, ao mesmo tempo que humaniza a natureza.

Vazquez (1978) afirma o caráter social da produção artística que só se realiza quando é fruída pelos outros porque ela existe para ser consumida, para ser comunicada para além das barreiras do tempo e do espaço. O fruidor capta essa experiência identificando-se com ela, reconhecendo nela os atributos de humanidade que o autor soube incorporar. Portanto a arte só tem um significado quando outros se apropriam dessa significação.

A relação entre arte e público é analisada por Leenardt, a partir de três épocas: a primeira em que o público era a comunidade social em sua totalidade; a segunda, na qual a produção artística será apropriada restritamente por grupos e classes sociais aos quais ela se destinaria; a terceira, em que se observa o desenvolvimento dos meios técnicos de reprodução que vai implicar numa transformação não só da relação das obras com o público, mas do próprio público e das obras (apud DUFRENNE, 1976, p.63). Nesse momento a função da arte muda.

Benjamin (1982) considera que a aura - "...única aparição de uma realidade longínqua, por mais próxima que ela possa estar" (p.215) é o que constitui a essência da fruição artística cultural e o que atesta a "autenticidade" da obra de arte. A possibilidade de multiplicação vai subverter esse distanciamento, desnudando o objeto artístico, presentificando-o e destituindo o seu caráter sagrado e ritual. O que foi produzido uma única vez, ao ser reproduzido constitui-se num fenômeno de massa que vai além do consumo privado. Para ele, "A obra de arte, na era de sua reprodutibilidade técnica revoluciona o estatuto da cultura, dissolve o conceito burguês de arte, transforma a cultura de elite em cultura de massa (ibidem, p.217).

Horkheimer e Adorno (1982), criam o termo *indústria cultural* como processo de industrialização que organiza a produção artística e cultural no contexto das relações capitalistas de produção e que deve ser lançada no mercado, vendida e consumida como

qualquer mercadoria. Assim, valores espirituais, artistas, pensadores, idéias, obras de arte passam por um nivelamento, uma padronização e um ajuste que adequa o valor de uso ao valor de troca.

A idéia central desenvolvida nessas considerações é a de que apesar da reprodução ampliar a apropriação dos bens artísticos, conforme quer Benjamin, esse processo confirma a subsunção de todas as atividades produtivas humanas à lógica do capitalismo, modificando a relação obra/artista/público ao transformar os objetos estéticos em mercadorias sujeitas às leis do mercado, sejam quadros ou músicas.

Nesse momento cabe aprofundar as relações e contradições entre o campo artístico e o campo da indústria cultural.

2.2 – Campo artístico e indústria cultural

Em primeiro lugar é importante compreender o conceito de *mediação* em Adorno entendendo-o na relação que este autor estabelece entre *arte* e *indústria cultural*.

Para ele “...há mediação da sociedade na obra de arte, vale dizer, componentes fundamentais do processo histórico-social do interior do qual a obra de arte é produzida estão incorporados nela, na forma da obra”(ADORNO, 1986, p.20, apud MIRANDA, 1998, p.25)

Se a mediação não é externa está no interior da obra de arte ela é então

‘(...) a antítese social da sociedade não deve imediatamente deduzir-se desta’ (ADORNO, 1988, p.19). A arte põe enquanto momento sensível (dimensão da sua positividade) e expõe a realidade, ao mesmo tempo a nega pela transfiguração recriadora do real. Condicionada pelo seu tempo, e por ser sua forma sensível de expressão, objetivada em obra artística, a arte internaliza as contradições sociais externas, negando e rompendo os limites que a constroem. (MIRANDA, 1998, p.25).

Há uma distinção fundamental entre a lógica interna do obra de arte - a mediação da negatividade que constitui a sua autonomia - e a lógica interna da IC - que se submete aos imperativos econômicos e mercadológicos do sistema social no qual se insere. A relação imediata da indústria cultural com a realidade é afirmação, nada é negado, tudo se reitera e se mantém. (idem, p 26). Isso traz a alienação e a satisfação

passageira, o gozo fugaz, sem compromisso com o aporte da razão e da reflexão necessários para uma compreensão radical do real e do simbólico que o representa.

Importa esclarecer que o termo *mediação* é usado por Adorno no sentido hegeliano isto é "considera que as mediações são intrínsecas ao objeto, não sendo, portanto, construídas entre este e os outros objetos dos quais é aproximado" (OLIVEIRA, 1998, p.61). Os objetos da IC mantêm relações imediatas com o todo com o objetivo de reafirmá-lo (positividade apenas) O objeto cultural autêntico, na qualidade de obra singular, traz em si elementos capazes de negar o todo (negatividade) contribuindo assim para a sua transformação. (Idem)

O mesmo autor, traz outra constatação de Adorno que afirma a dupla contradição da indústria cultural: não é indústria porque só contém a lógica da distribuição e não é cultura porque não obedece à lógica interna da produção cultural, inexistindo qualquer processo mediador entre os pólos da indústria e da cultura (idem.) A indústria cultural cumpre assim funções sociais específicas, antes preenchidas pela cultura burguesa, alienada de sua base material. A nova produção ocupa o espaço do lazer após um dia de trabalho ao assalariado que, ao digerir produtos prontos e de fácil consumo fica aliviado da fadiga e impedido de contestar o status quo, conforme as formulações de Adorno.

Cabe ressaltar as contradições inerentes aos conceitos até aqui explicitados. A negação da possibilidade de que os produtos da IC possuam o caráter de "verdadeira arte" insistentemente defendida por Adorno, tendo em vista o pensamento de Marcuse, é construída a partir do

fato de que a obra de arte autêntica e autônoma, característica da cultura burguesa, continha um valor de verdade que transcendia as precárias condições da existência material dos homens. Ao falar de um mundo distante e irrealizável no plano da ordem material, a obra de arte burguesa protestava contra a ordem vigente (apud SILVA, 1999, p.31)

Transcendendo a realidade imediata a arte cumpre sua função reveladora o que seria impossível numa experiência estética regressiva, padronizada etc. Ora, é evidente aqui a dicotomia entre razão e emoção, diversão e esclarecimento. Nessa perspectiva é negada às massas a faculdade de reflexão. Coelho (1980) afirma que tal preconceito leva a um equívoco, qual seja, o de "confundir o veículo cultural com a ideologia que rege seu uso; a linguagem do veículo com sua ideologia e a realidade de uso com as possibilidades de uso do veículo" (p.23)

Nessa linha de pensamento voltemos a Benjamin (1982) que vai discutir a indústria cultural considerando o caráter progressista dos meios, buscando não contrapor-la à arte, mesmo concordando com as considerações dos autores que criticam o caráter massivo dos meios técnicos. Ele mostra que o advento da tecnologia como forma de adentrar no reduto da irrepetibilidade da obra constituída pela aura provocou mudanças inquestionáveis no modo de encarar o *Belo* da tradição clássica. Isso significa que a posição da obra de arte mudou porque ao romper com a tradição enquanto legitimadora da distância ritual, a tecnologia liberta e reativa o objeto artístico pela reprodução. Assim a realidade se torna completamente permeada pela tecnologia.

Tal formulação assegura que esse autor " (...) não sucumbiu ao equívoco de considerar os meios de reprodução de linguagem apenas como meios de consumo, mas considerou-os simultaneamente como meios de produção"(SANTAELLA, 1990, p.82) e assim afirma "um germe revolucionário desses meios quando trazem um potencial de limitação do monopólio da inteligência burguesa, e de atingimento a amplas camadas com reais possibilidades de socialização de uma cultura popular" (ibidem p.84).

Martin-Barbero (2001) partindo de um ponto de vista latino-americano tem a convicção de que a força da indústria cultural está em tocar e revelar uma dinâmica profunda da memória e do imaginário, constituidoras de *matrizes culturais* ativadas na música, por exemplo, pelo caráter lúdico, de festa, brincadeira, humor, romance, diversão e jogo. Isso leva a refletir sobre os debates que muitas vezes promovem uma contraposição da lógica dos meios (emoção) à lógica da escola (razão). Cabe indagar: como separar essas instâncias de subjetivação em especial quando o objeto é a música?

2.3 - Música e indústria cultural: relação e contradição

Em relação à música, é fato inegável que desde a década de 90 acentua-se a produção da música midiática massiva num movimento calcado em produtos como - "É o Tchan", "Bonde do tigrão", "kelly Kee", "Latino", entre outros, com músicas de

caráter padronizado, baseadas numa fórmula comercial. É visível também a tendência, iniciada com o grupo “Mamonas Assassinas”⁵, do humor debochado, do riso das convenções, da erotização explícita nas músicas, que marca uma certa derrubada de fronteiras entre adultos e crianças e, mesmo, uma aproximação desses universos. Evidentemente esse é um processo que vem sendo construído ao longo do tempo e não deve ser creditado exclusivamente às injunções da mídia, mas que ela tem aí papel preponderante não se pode negar.⁶

A partir da concepção de indústria cultural, Adorno (1991) denuncia uma característica decorrente do processo de universalização de uma lógica de subserviência da experiência musical a uma fruição momentânea mais ligada aos aspectos performáticos e padronizados. Nessa prática, assumem valor as notícias sobre a vida dos artistas (mitos), seu comportamento, o aparato tecnológico de luz, cores e efeitos especiais próprios dos shows televisivos. A vivência artística submerge sob o peso dessa exterioridade performática porque, cada vez mais, **vê-se** e menos **ouve-se** música, de tal sorte que os apelos visuais são uma espécie de condição para a audição.

Cabe no entanto refletir mais aprofundadamente sobre a forma como nos relacionamos com a música, para entender a contradição dessa relação no que se refere aos objetos midiáticos.

Há no mundo uma natureza musical revezando sons, ruídos e silêncios que nos afetam a partir dos primeiros minutos de vida. Essa força telúrica desde muito cedo nos impregna pela sucessão e frequência de vibrações que estabelecem os graves, agudos, fortes, fracos e timbres variados. Os primeiros balbucios já podem ser contabilizados como melodias de intervalos simples, ou “ proto-ritmos” (Fridman 1988), mais tarde acrescidos de movimentos corporais ritmados, quer por imitação quer por impulso natural. Esse sentido psicofísico da música traduzido nos ritmos e cadências corporais – assobios, passos, marchas, fala e canto - parece acompanhar os seres humanos durante a vida, evidentemente resguardando-se as diferenças culturais. A esse caráter performático podem ser atribuídos muitos dos efeitos que ela causa.

Segundo Visnik (1989), a música “ fala ao mesmo tempo ao horizonte da sociedade e ao vértice subjetivo de cada um ...” (p.12). Há uma correspondência entre

⁵ A banda “Mamonas Assassinas” fez imenso sucesso, principalmente entre as crianças, durante 8 meses entre 1995 e 02 de março de 1996 quando seus componentes morreram em consequência de um acidente de avião.

⁶ Essas constatações são o resultado de pesquisa de cinco anos realizada para a produção de uma tese de doutoramento defendida em 2003

corpo/mente e pulsações sonoras ou seja a fruição musical encontra eco nas ressonâncias psico-somáticas dos sujeitos. A música é, ao mesmo tempo, claro/escuro, silêncio/movimento, alegria/tristeza, “pulsos estáveis e instáveis, ressonâncias e defasagens, curvas e quinas” (ibid, p.21). Que outra manifestação artística pode se relacionar tão intensamente com físico, intelecto, intuição e emoção? Isso explica talvez a facilidade com que os apelos rítmico/sonoros midiáticos capturam tanto adultos quanto crianças, ainda mais quando acrescidos das imagens

Essa especificidade na relação humana com a música talvez possa ajudar a entender que o consumo da música midiática como processo inserido e em alguma medida dependente das relações econômico/culturais, como já foi abordado, não é redutível a essas relações. A fruição musical acontece numa esfera em que ouvir música, cantar e dançar, mais do que consumir, é fazer parte, estar junto, é sentir alegria e tristeza, dor, ansiedade, prazer físico e desejo. Mexe com emoções que estão lá, milenarmente, na raiz da condição humana de sentir, intuir e revelar.

A repetição de certas formas, acordes e modos musicais que são parte de uma cultura e que reproduzem padrões dominantes de ouvir e sentir, facilitam a afinidade com esses sentimentos ancestrais. Os produtores da indústria cultural vão apropriar-se disso para provocar uma rentabilidade simbólica que se traduz em rentabilidade econômica, conforme as considerações de Bourdieu, na produção de objetos que toquem exatamente nesses sentimentos.

Dizer que a música midiática não é “educativa” e possui componentes eróticos é apenas reforçar uma certa característica intrínseca à própria música. O que pode ser questionado é o uso sistemático e voluntário dessas características para gerar mercadorias de consumo massivo.

Apesar do acento pessimista quanto aos efeitos da indústria cultural, particularmente em relação à música, os autores frankfurtianos já citados consideram a possibilidade de transformação da *semi-formação* que eles creditam às práticas decorrentes de uma racionalidade econômica, instrumental em *formação*: “o mal não deriva da racionalização do nosso mundo, mas da irracionalidade com que essa racionalização atua” (HORKHEIMER e ADORNO, apud ZUIN, 1999, p.44). Ou seja, a conversão da razão em objeto de padronização, dessensibilização e alienação. Vale a pena então refletir ao final sobre essas questões, trazendo o debate para mais próximo: a educação e os educadores.

Considerações finais – a necessária relação entre fruição e formação

Retorno à discussão inicial como fruidora dos bens culturais, entre eles a música midiática, mas agora na condição de professora do Mestrado onde atuo buscando tangenciar e interligar os campos da arte e da mídia com a Educação.

Nessa situação debato-me entre a constatação da presença da cultura midiática na escola em todos os níveis de modo avassalador e a forma acrítica como isso acontece, e a necessidade de articular o conhecimento necessário para que se faça da mídia, em especial televisiva um objeto de fruição e de conhecimento.. Em relação à música, como vimos, Adorno e Horkheimer denunciam a mercantilização e a padronização promovidas pela indústria cultural e chamam a isso de *semi-formação*, que nega a emancipação do sujeito pela possibilidade de auto-determinação. No entanto essa constatação não exclui a possibilidade da efetivação da cidadania, a humanização dos sujeitos, a produção da sensibilidade e o exercício estético porque aqui entra em campo o processo de *formação*.

E o que é formação?

Para os autores acima citados ela está intimamente ligada a emancipação:

(...) a ousadia de poder raciocinar por si próprio ao mesmo tempo em que se possui publicamente a liberdade para poder criticar as instituições (...) o exercício dessa incumbência de se fazer uso público da razão implica na benfeitoria da própria sociedade, pois não se restringe ao indivíduo, mas, sim, revela-se fio condutor básico das instituições sociais. (ZUIN, 1999, p.30-31).

Essa formulação traz impressa a dimensão kantiana do acento na razão como preceito instituidor do sujeito. Assim, aqui é preciso resguardar o significado da racionalidade – no entendimento dos autores críticos - como capacidade de julgamento, de crítica, de auto-determinação para o benefício da coletividade, no aperfeiçoamento das instituições. Numa tal formação o que está em construção é o princípio da liberdade e da autonomia como base para o exercício da cidadania.

Nessa perspectiva a *formação* também está longe da idéia do usufruto privado dos bens culturais como forma de *distinção*, usando um termo de Bourdieu (1997), para afirmação de uma identidade isolada. A cultura enquanto valor em si, dissociada das coisas humanas, retira dos bens culturais a vocação de humanidade e universalidade que a impregna : “ O objeto que se absolutiza em si torna-se *semi-formação*” (idem, p.56), convergindo para uma semi-cultura ou seja: “ a difusão de uma produção simbólica na qual predomina a dimensão instrumental voltada para a adaptação e o

conformismo, subjugando a dimensão emancipatória que se encontra ‘ travada’, porém, não desaparecida” (MAAR, apud ZUIN, 1999, p.57).

É pressuposto primeiro que a vivência estética não pode prescindir da reflexão. Segundo Zuin (1999, p.68):

Para Adorno a possibilidade dessa experiência funda-se na interdependência entre a atividade reflexiva do sujeito e a obra de arte, cuja força expressa as potencialidades que não se reduzem à sua aparência imediata, desvelando a reciprocidade contraditória entre a mimeses e a racionalidade, entre o belo e o necessário.

Um trabalho de *desalienação* deve trazer à luz a idéia de que a repetição constante das músicas e por outro lado a troca permanente de objetos culturais palatáveis, degustados e repostos em curto espaço de tempo, impede a compreensão da historicidade dos objetos da cultura. É como se um presente permanente, o constante retorno do já conhecido e do sempre igual (ADORNO, 1986), impedisse de pensar no passado e exigisse sempre a busca de algo “ novo” evidenciado nas expressões: *já cansou, caiu, é velho* etc...

Importa aqui recusar a afirmação ou a negação pura e simples dos produtos midiáticos mas reforçar a reflexão como condição para a efetivação da educação dos sentidos e a sensibilização, como possibilidade de separar os aspectos mercadológicos de uma experiência estética significativa. O papel das instâncias educadoras é fazer com que os sujeitos percebam qual o significado histórico, formal, temático da música e experienciem o processo artístico musical pela experimentação, reprodução, criação, apreciação de ritmos, músicas, letras, melodias de todos os tempos e lugares com o aporte também das diferentes emissões midiáticas disponíveis. Ampliar os repertórios musicais é uma ação educativa possível e necessária, independentemente de formação musical específica dos professores, dada a facilidade de acesso tanto às informações quanto aos aparatos tecnológicos para a audição.

Adorno (1995) vai dizer: “ A educação tem sentido unicamente como educação dirigida a uma auto-reflexão crítica” (p.121). Mais adiante acrescenta: “Uma democracia efetiva só pode ser imaginada enquanto uma sociedade de quem é emancipado” (idem, p.142). Afirma também:

A educação seria impotente e ideológica se ignorasse o objetivo de adaptação e não preparasse os homens para se orientarem no mundo. Porém, ela seria igualmente questionável se ficasse nisso, produzindo nada além (...) de pessoas bem ajustadas, em consequência de que a situação existente se impõe precisamente no que tem de pior (ADORNO, 19956, p.143)

Para finalizar, trago uma reflexão de Zuin (1999, p.158) que vale como um alerta para os sujeitos da educação:

O resgate do sentido da emancipação talvez esteja também atrelado à necessidade de que uma concepção educacional crítica incentive a auto-reflexão daqueles que se julgam educados, mas que colaboram decisivamente tanto para sua própria debilidade quanto para a dos outros.

A grande questão, ainda em aberto, foi colocada há mais de século pelo velho Marx: quem educa os educadores? Esse é um processo no qual me incluo do começo ao final.

Referências

ADORNO, W. T. Sobre Música Popular. In COHN, G. (org.). **Theodor Adorno** Sociologia. São Paulo: Ática, 1986, Coleção Grandes cientistas sociais.

-----O fetichismo na música e a regressão da audição. In **Textos Escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1991, p.76-105.

----- **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico** São Paulo: EDITORA EDIFEL 1989.

-----**La distincion** - Criterios y bases sociales del gusto. Buenos Aires: Taurus, 1998.

----- **A economia das trocas simbólicas**. 3. Ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

----- **Razões práticas** – Sobre a teoria da ação. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1997.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica. In LIMA, Luis Costa. **Teoria da Cultura de Massa**, 3. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 206-244.

CANCLINI, N. G. **A socialização da arte** - teoria e prática na América Latina. 2.ed. São Paulo: Cultrix, 1984.

-----**Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 1997.

-----**Consumidores e Cidadãos** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

CHAUÍ, M. **Conformismo e resistência** – aspectos da cultura popular do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1985.

COELHO, T. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

DUFRENNE, M. **A estética e as Ciências da Arte**. Lisboa: Livraria Bertrand, 1976, v1.

DUFRENNE, M. **A estética e as Ciências da Arte**. Lisboa: Livraria Bertrand, 1976, v. 2.

ECCO, H. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Editora Perspectiva. 1976.

FISHER, E. **A necessidade da arte**. 9 ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1987.

FRIDMAN, R. **El nacimiento de la inteligencia musical**. Buenos Aires: Editorial Guadalupe, 1988.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. A indústria cultural - o iluminismo como mistificação das massas. In LIMA, Luis Costa. **Teoria da Cultura de Massa**, 3. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 159-204

MICELLI, S. A força do sentido (introdução). In: Pierre Bourdieu. **Economia das trocas simbólicas**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

MIRANDA, V. S de. Estética e indústria cultural em Adorno. **Educação em debate**, Fortaleza, v. 20, n. 35, p.23-28, 1998.

NUNES, B. **Introdução à filosofia da arte**. São Paulo: São Paulo Editora, 1966.

OLIVEIRA, J. R. de. **Indústria Cultural e Mídia**: Limites e perspectivas para a educação no debate entre Benjamim e a Escola de Frankfurt . Trabalho apresentado na 21ª Reunião Anual da ANPED, 1998.

SANTAELLA, L. **(Arte&Cultura)** equívocos do elitismo. 2. ed. São Paulo: Cortez. 1990.

SILVA, R. C. A atualidade da crítica de Adorno à Indústria Cultural. **Educação e Filosofia**, n.13, n. 25, p. 27-42, jan./jun. 1999.

VÁZQUEZ, A. S. **As idéias estéticas de Marx**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

VISNIK, J. M. **O som e o sentido** - uma outra história das músicas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ZUIN, A. A. S. **Indústria cultural e educação** – O novo canto da sereia. Campinas: Autores Associados, 1999.

