

# INDÚSTRIA CULTURAL EM QUESTÃO: UM ESTUDO DE CASO NO ENSINO MÉDIO DAS REDES MUNICIPAL E PARTICULAR DA CIDADE DE GOIÂNIA

ALVES, EMILIANO RIVELLO.<sup>1</sup>; RABÊLO, F. C. E.<sup>2</sup>

Palavras-chave: Indústria cultural, música, alienação.

## 1. INTRODUÇÃO (justificativa e objetivos)

Este trabalho consiste em eleger a música como objeto de análise. Buscarei, através das correntes teóricas, principalmente a de Frankfurt, analisar a música como o elemento, a ferramenta, o instrumento de alienação social. Em linhas gerais, procuro considerar a música em seu viés alienante, como o instrumento de controle social, político e principalmente econômico realizado pelas classes dirigentes em detrimento de outros segmentos sociais.

No âmago deste trabalho, não se projeta a idéia de negar características inerentes a música que extrapolam a sua face alienante. Para nós, a música pode ser vista também, como forma de sublimação, contemplação, ou até mesmo, de contestação de uma ordem política estabelecida.

Considerar a perspectiva alienante da música presente nos diversos estilos musicais conhecidos é uma postura crítica no sentido de analisar e, por conseguinte, demonstrar qual seu impacto junto à consciência individual e coletiva dos indivíduos. Assim, consideramos a indústria cultural conceitualizada por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, como fonte fundamental para o entendimento do objeto de análise desta pesquisa.

Não obstante, o tema se torna significativo porque observamos na prática social elementos que atestam, que chamam à atenção para o fato de que a música vem sendo utilizada como instrumento de alienação social. Desta forma, esse “poder simbólico”, poder de alienar e por isso, coisificar os indivíduos é justificado pela constante massificação de elementos artísticos e culturais propagados, sobretudo, pelos meios de comunicações. Consideramos ainda, que a música como forma de elevação da alma, de sublimação e contestação está cedendo espaço para o fetichismo e que, portanto, contribui no processo de alienação.

Adorno e Horkheimer, em “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas” (1985), destacam que em toda obra de arte, o estilo é uma promessa. A indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo de absoluto. Os consumidores se contentam com a reprodução do que é sempre o mesmo. O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A totalidade da indústria cultura consiste na repetição.

Todavia, a indústria cultural permanece a indústria do divertimento. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão, “e não é por mero decreto que esta acaba por se destruir, mas pela hostilidade inerente ao princípio da diversão por tudo aquilo que seja mais do que ela própria” (1985, p.128). Significa dizer, que o espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura

---

<sup>1</sup> Aluno do programa de Pós-graduação em sociologia, bolsista da UFG, emilianorivello@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Orientador/Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia, rabelo@fchf.ufg.br

temática – que desmorona na medida em que exige pensamento – mas através de sinais. Assim, Adorno diz: “toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada” (1985, p.128).

Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as “necessidades” dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive, suspendendo a diversão. Divertir-se significa estar de acordo. A liberação prometida pela diversão é a liberação do pensamento como negação. É diante desta afirmação que os autores serão categóricos em afirmar que:

A indústria cultural realizou maldosamente o homem como ser genérico. Cada um é tão-somente aquilo mediante o que pode substituir todos os outros: ele é fungível, um mero exemplar. Ele próprio, enquanto indivíduo é o absolutamente substituível, o puro nada, e é isso mesmo que ele vem a perceber quando perde com o tempo a semelhança (Adorno, 1985, p.136).

Nesta ideologia, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional como o universal está fora da questão. O que domina é a pseudo-individualidade. A liquidação do trágico confirma a eliminação do indivíduo. A pseudo-individualidade é um pressuposto para compreender e tirar da tragédia sua virulência: é só porque os indivíduos não são mais indivíduos, mas sim, “meras encruzilhadas das tendências do universal, que é possível reintegrá-los totalmente a universalidade” (1985, p.145).

Já em “O fetichismo na música e a regressão da audição” Adorno (1999), sustenta que a música criada pelo homem para elevar a alma, para garantir o processo de humanização entre os indivíduos, perde sua função diante do fetichismo, pois a música age como instrumento de poder a fim de controlar os indivíduos. Esta característica do fetichismo musical cria uma contradição: o homem passa de controlador das atividades humanas para controlado, assim, perde sua dimensão no espírito da criação musical.

Diante disso, verificamos que o “gosto” musical perde a característica individual e é orientado pela coletividade, pois o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida por todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. Tal indivíduo já não consegue subtrair-se ao julgo da opinião pública.

Neste sentido, Adorno e Horkheimer fazem a seguinte indagação: para quem a música de entretenimento serve ainda como entretenimento? Para os autores a resposta se encontra no fato que ao invés de entreter, parece que a música contribui ainda mais para o emudecimento dos homens, para a morte da linguagem como expressão para a incapacidade de comunicação. Assim, “a música de entretenimento preenche os vazios do silêncio que se instalam entre as pessoas deformadas pelo medo, pelo cansaço e pela docilidade de escravos sem exigências” (1999, p.167).

Nesta perspectiva, o ouvinte se converte em simples comprador e consumidor passivo. Segundo Adorno, “a consciência musical das massas se define pela negação do prazer no próprio prazer” (1999, p.169). Com efeito, a música atual, na sua totalidade, é dominada pela característica de mercadoria. O consumidor fabrica o sucesso musical, que ele coisifica e aceita como critério objetivo, porém sem se reconhecer nele, haja vista, que o caráter fetichista da mercadoria aliena tanto o produtor como o consumidor, em suma, o homem. A

liquidação do indivíduo constitui o sinal característico da época musical presente.

No pólo oposto ao fetichismo na música, opera-se uma regressão da audição. Os ouvintes perdem com a “liberdade” de escolha e com a responsabilidade não somente a capacidade para um conhecimento consciente da música, mas negam com pertinácia a própria possibilidade de se chegar a tal conhecimento. A audição regressiva relaciona-se manifestamente com a produção, através do mecanismo de difusão, o que acontece precisamente mediante a propaganda. Para Adorno, na audição regressiva, o anúncio publicitário assume caráter de coação, já que, ante o poderio da mercadoria anunciada, já não resta à consciência do comprador e do ouvinte alternativa senão capitular e adquirir aquilo que está na “crista da onda” na sociedade.

Neste caminho poder-se-ia perguntar, podemos dizer que a música situada na perspectiva frankfurtiana é alienante na totalidade dos estilos musicais? Com a análise feita sobre o fetichismo na música e a regressão da audição, mas, sobretudo, com a caracterização da indústria cultural, respondo a esta indagação de forma positiva. Com a indústria cultural, a indústria do divertimento, todos os estilos musicais são considerados alienantes. Ora, o “*amusement*” não proporciona a reflexão dos indivíduos, pelo contrário, ele destrói com as possibilidades fantásticas das pessoas pensarem o mundo criticamente.

Deste modo, o objetivo geral deste projeto consiste em compreender a relação que os estudantes do ensino médio de dois colégios específicos – um da rede municipal e o outro da rede particular – que ainda não foram definidos, da cidade de Goiânia estabelecem com a música popular e suas várias manifestações, de modo que se possa desmistificar, após uma exaustiva discussão bibliográfica e de pesquisa empírica, a influência que a música assume na consciência destes indivíduos, possibilitando ou não a reflexão. Em resumo, o que está em evidência é a análise do gosto musical a partir de um estudo de casos. Enquanto que os objetivos específicos são: como e de que forma a indústria cultural retirou dos indivíduos a individualidade e, assim, estandardizou nas mentes coletivas a idéia do sempre igual, descaracterizando como isso, o homem pensante.

## **2. METODOLOGIA:**

Nesta perspectiva, resulta que a análise das práticas empregadas pelos atores em questão neste trabalho, a partir da indústria cultura, poderá ser percebida sob a luz do construtivismo estruturalista de Bourdieu. Isso se faz necessário, pois possibilita detectar as relações de poder que sustentam a natureza das práticas que se inscrevem no problema proposto. Diante desta perspectiva, o que se projeta é ressaltar as relações de poder que envolvem as práticas dos agentes e que supostamente estariam na base para o processo de alienação.

O ponto fundamental para o início de tal empreendimento, seguindo a orientação da prática cognoscente, é realizar uma longa e complexa revisão, para não dizer levantamento, de toda a literatura consagrada que nos possibilite o domínio teórico do tema que este trabalho visa desmistificar, identificando-se, aí, os fundamentos do poder e suas dimensões simbólicas.

A análise da música como instrumento de alienação deve ser pensada de forma relacional, pois não devemos organizar este trabalho em torno da oposição entre a teoria e a metodologia, já que, não se pode encontrar o concreto a partir de abstrações puramente teóricas.

A pertinência desta discussão reside no fato de que a noção de campo e habitus irão comandar ou orientar todas as opções práticas da pesquisa, que busca aqui, estabelecer uma relação entre os estudantes com a música. De forma que possamos aferir a partir das preferências musicais o impacto que a música possa ter na consciência do grupo estudado. Com isso, não estaremos inclinados a pensar este fenômeno social de maneira substancialista, acima de tudo, a pesquisa precisa pensar relacionalmente. Na visão de Bourdieu, habitus é compreendido como:

Um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas (1983, p.65).

O conceito de habitus é visto como um instrumento conceitual que auxilia a pensar a relação, a mediação entre os condicionamentos sociais exteriores e a subjetividade dos sujeitos. Habitus é uma noção que irá auxiliar a pensar, por exemplo, as características de uma identidade social, de um sistema de orientação ora consciente ora inconsciente, a apreensão de certa homogeneidade nas disposições, nos gostos e preferências de grupos e/ou indivíduos produtos de uma mesma trajetória social.

Em essência, estes conceitos, sobretudo o de habitus, buscam recuperar a noção ativa dos sujeitos como produtos da história de todo campo social e de experiências acumuladas no curso de uma trajetória individual. Assim:

Desde que a história do indivíduo nunca é mais do que uma certa especificação da história coletiva de seu grupo ou de sua classe, podemos ver nos sistemas de disposições individuais variantes estruturais do habitus de grupo ou de classe (...). O estilo pessoal, isto é, essa marca particular que carregam todos os produtos de um mesmo habitus, práticas ou obras, não é senão um desvio, ele próprio regulado e às vezes mesmo codificado, em relação ao estilo próprio a uma época ou uma classe (Bourdieu, 1983, p. 80-81).

Segue a esta linha de raciocínio, a necessidade de situar o objeto de pesquisa em um campo de estruturas de relações objetiva que, por sua vez, possibilita estabelecer homologias estruturais e funcionais entre o campo da música, o da mídia, o campo em que estão inseridos os estudantes da rede municipal e particular de ensino – a partir da indústria cultural – com os demais campos.

A dúvida radical colocará em suspenso todos os pressupostos inerentes ao trabalho da música, ou seja, a prática científica em evidência nesta pesquisa buscará objetivar o objeto e não ser objeto dele. Neste trabalho, a existência de um pensamento autoritário não se projetará, ao contrário, não aceitaremos uma “categoria”, um “conceito” sem antes passar pelo exame crítico. Espera-se com isso superar a tradição doura.

O rompimento radical com o senso comum atrelado à construção social do problema de pesquisa aqui levantado, possibilitará uma abordagem que

contemple de forma objetiva aquilo que se quer pesquisar. Para tanto, é necessário lembrar que a história do campo é a história de sua essência. A gênese do campo explícita nesta frase nos ajudará a identificar os agentes que se destacam no complexo de relações presentes na pesquisa. Nessa etapa, procurar-se-á reconstruir a história das práticas que permeiam o campo que estudamos. Far-se-á necessário reconstruir como foi o surgimento da indústria cultural no país, de forma que possibilite mostrar os fundamentos do poder e as dimensões simbólicas que marcam as interações do campo.

Admitindo esses pressupostos, se deve perceber os interesses econômicos que atravessam esse campo, perceber a rede de relações objetivas entre posições e tomadas de posições, identificando a partir dos agentes, o espaço dos produtores e dos consumidores e, por fim, captar ou apreender a “*illusio*” do campo e o modo como regulam as práticas e a representação dos agentes. “*Illusio*” ou interesse é aqui entendido como uma motivação inerente a todo indivíduo dotado de um habitus e em determinado campo. Diz Bourdieu, “todo campo, enquanto produto histórico gera interesse, que é a condição de seu funcionamento” (1990, p. 128).

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Este trabalho se encontra em fase de desenvolvimento. Seu prazo estimado de defesa vence em março de 2007, não apresentado ainda resultados.

### **4. CONCLUSÃO**

Como observado no item três, o trabalho ainda se encontra em fase de desenvolvimento, não apresentado, por conseguinte, nenhuma conclusão.

### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução: Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor, W. **O fetichismo na música e a regressão da audição**. In: *Textos escolhidos*. São Paulo, Nova cultural, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, DIFEL, 1989.

\_\_\_\_\_. **Coisas ditas**. São Paulo, Editora Brasiliense, 1990.

\_\_\_\_\_. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.

**FONTE DE FINANCIAMENTO: UFG**