Indústria cultural e indústrias culturais: alguns apontamentos

Some notes on cultural industry and cultural industries

Resumo É necessária uma revisão crítica dos usos do conceito (ou teoria) de indústria cultural, que sofreu enorme desgaste por causa da falta de articulação dialética entre conceito e objeto, ou seja, da teoria com as várias indústrias culturais existentes e seus produtos. Essa revisão toma como ponto de partida os estudos de Theodor W. Adorno sobre o rádio e a música popular no rádio durante sua participação no *Princeton Radio Research Project,* de 1938 a 1941. Estes estudos podem servir de guias ou pistas para a rearticulação entre a teoria da indústria cultural e seus novos objetos: os meios de comunicação de massa atuais e seus produtos específicos.
Palavras-chave indústria cultural; T. W. Adorno; *The Princeton Radio Research Project*; música popular.

Abstract Revisiting the uses of the cultural industry theory is absolutely necessary in order to understand its dialectical relation with the media and its products. We must know how Theodor W. Adorno has studied the radio medium in the 30's and what he had written about its categorical properties through empirical researches, when participating in The Princeton Radio Research Project (1938-1941). It is time to further the news media researches, following up his studies on radio and radio pop music.
Keywords cultural industry; T. W. Adorno; The Princeton Radio Research Project; pop music.

Iray Carone
Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo (IPUSP)
iraycarone@uol.com.br

Para começo de conversa, a expressão "indústria cultural" é muito mais metafórica que literal. Em um manuscrito denominado *Plugging study* (ADORNO; MacDOUGALD, 1941), que serviu de roteiro para uma pesquisa de campo sobre as canções populares de sucesso (*hit songs*), T. W. Adorno usou, pela primeira vez, a expressão "indústria da música popular":

> Primeiro de tudo, é necessário explicar o que se entende pelo termo "indústria". Pois é evidente que não se pode falar sobre indústria da música popular num sentido literal. Canções não são nem produzidas em fábricas com a ajuda máquinas, nem por operários de fábricas. Assim, o termo tem necessariamente um significado mais ou menos metafórico. (ADORNO; MacDOUGALD, 1941, p. 1, tradução nossa).

A indústria da música popular, tal como se apresentava em 1939, era mais manufatureira que industrial.[1] Embora jogando muitos produtos musicais na circulação de mercadorias, e inserida no modo capitalista de produção econômica, seus métodos de produção não poderiam ser considerados *estritamente* industriais. No entanto, Adorno observou que os meios de reprodução técnica afetavam tanto a produção musical quanto sua recepção pelos ouvintes. As determinações da reprodução técnica, responsáveis pelas cópias do produto que entrarão na circulação de mercadorias, estão *internalizadas* na forma da produção de seus artefatos – as composições musicais precisavam ser feitas como produtos vendáveis e com potencial de sucesso comercial. O que é verdade ainda hoje.

Na cabeça de um compositor de música popular, por exemplo, já há o imperativo de pensar no aspecto comercial de sua composição antes mesmo de sonhar com sua gravação em disco. Ou seja, de pensar em sua composição como uma mercadoria antes de ela se tornar um produto posto à venda pelas gravadoras. Elton John, quando começou a compor músicas populares – após uma formação musical anterior em música séria – foi instruído pelos produtores comerciais para nelas acrescentar *refrães ou repetições regulares de acordes e letras* para deles, não só derivar o título das canções, como provocar sua memorização pelos ouvintes. Em outras palavras, a composição da música popular inclui seu próprio anúncio comercial ao usar uma técnica muito semelhante àquela da publicidade de mercadorias – os *jingles*! Até um ouvinte incapaz de memorizar uma canção inteira poderá lembrar-se muito bem de seu refrão, da mesma maneira que se lembra de um antigo *jingle*: *"Melhoral, Melhoral, é melhor e não faz mal!"*

Um dos recursos atuais dos novos compositores é o de colocar suas músicas em vídeos do YouTube – a invenção tecnológica do *broadcast yourself* – a fim de testar seu *potencial de sucesso comercial* pelo número de pessoas que o acessam e o comentam e, deste modo, suscitar o interesse de alguma gravadora.[2] Um disco é um investimento comercial que implica custos, e o potencial de sucesso é um elemento essencial para a tomada de decisão sobre sua gravação.

Mas voltemos ao estudo da indústria da música popular nos tempos em que Adorno começou a investigar o cenário musical norte-americano, em plena era do rádio, do cinema falado, das *big bands* e seus arranjos jazzísticos, das editoras de *Tin Pan Alley* e do apogeu da música popular por meio do *radio plugging*.

O manuscrito *Plugging study*,[3] (ADORNO; MacDOUGALD, 1941) que ainda se encontra nos arquivos da Universidade de Colúmbia, é parte do chamado *The Princeton Radio Research Project*, de cuja seção musical Adorno foi diretor, de 1938 a 1941, nos Estados Unidos. Quem realizou a pesquisa de campo junto às editoras musicais, revistas musicais da época, pessoal do rádio e de orquestras, *pluggers* etc. para fazer um levantamento completo sobre o negócio da música popular nos EUA foi Duncan MacDougald Jr. A orientação do projeto foi de Adorno, do começo ao fim da pesquisa, atestada pelos inúmeros memorandos acres-

1 Em 1963, em uma conferência radiofônica, Adorno reiterou que a expressão é metafórica quanto aos métodos de produção, inclusive nas realizações altamente organizadas de filmes cinematográficos. A expressão está referida, deste modo, à *padronização* dos produtos da indústria cultural. A conferência foi traduzida para o inglês sob o título *Culture industry reconsidered* e publicada na *New German Critique* em 1975.

2 Ao que tudo indica, o disco gravado está caindo em uma relativa obsolescência, porque o artista pode ser beneficiado pelo número de acessos à sua música pelo *YouTube*, sem precisar de gravadoras; os *shows* musicais para o grande público parecem estar substituindo o rádio e os discos na produção de sucessos.

3 O termo *plugging* era utilizado para designar o mecanismo da propaganda da música pelo rádio, que consistia em rodá-la várias vezes por dia e semanas nos programas musicais, de costa a costa do país, para sua rápida popularização; hoje, o *plugging* é chamado de *rotation,* que é medido por *spins per week. O plugging*, entretanto, não deve ser confundido com a prática da *payola* (no Brasil, jabaculê), que é o suborno de uma gravadora para uma música de determinado artista rodar mais vezes nas emissoras.

Impulso, Piracicaba • 23(57), 9-17, maio.set. 2013 • ISSN Impresso: 0103-7676 • ISSN Eletrônico: 2236-9767
DOI: http://dx.doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v23n57p9-17

centados aos relatórios de pesquisas de MacDougald. Exemplos de memorandos assinados por "TWA" são aqueles em que diz para MacD "checar" números e tabelas fornecidos pelos editores, revistas ou emissoras de rádio; ou, então, observações pontuais para dar mais precisão ao texto, do tipo:

> Por favor, insira algumas sentenças contendo informação precisa sobre os dois tipos de arranjos: *stock arrangements*[4] e arranjos especiais para bandas, não apenas com referência às diferenças de estilo entre esses dois tipos de arranjos, mas também com referência às implicações financeiras – por exemplo, se realmente os *stock arrangements* são pagos pelos editores e os arranjos para os conjuntos musicais por eles mesmos, ou se os últimos são pagos também pelos editores, etc. Eu gostaria também de ter aqui alguma informação sobre se os arranjadores tem alguma conexão com os conjuntos musicais, como se afirma freqüentemente, ou se eles são, de fato, meros funcionários dos editores. (ADORNO; MacDOUGALD, 1941, p. 24, tradução nossa).

Dessa pesquisa de campo derivaram dois artigos: *The popular music industry*, de Duncan MacDougald Jr., e *On popular music*, de T. W. Adorno (com a assistência de George Simpson). Ambos foram publicados em 1941; o primeiro, na coletânea de Paul Felix Lazarsfeld e Frank Norton Stanton – *Radio Research 1941.–;* o segundo, na Revista do Instituto de Pesquisa Social publicada em inglês sob o título *Studies on Philosophy and Social Science*.

Em seus estudos sobre a música no rádio, não só da música popular, mas também da música séria, Adorno ateve-se, em primeiro lugar, a dois veículos de sua reprodução técnica: as editoras musicais e o rádio. Os veículos de reprodução técnica afetavam diretamente, não só a produção musical, mas também os receptores – os usuários das partituras impressas (em geral, com arranjos para piano e letras), e os ouvintes do rádio.

Poder-se-ia pensar que a música séria, composta e produzida bem antes do advento do rádio e da indústria cultural da música, não seria afetada quando reproduzida pelo rádio. Ledo engano. Será que a *Quinta Sinfonia* de Beethoven não é convertida em uma música de câmara de baixa qualidade quando transmitida pelo rádio? Música de câmara, porque perde, pela engenharia de som dos estúdios do rádio e do uso de microfones, sua enorme dimensão acústica, semelhante ao que acontece com a catedral de Milão quando miniaturizada em um enfeite de bolo ou em uma réplica horrorosa de algum monumento de cemitério. De baixa qualidade, porque a música de câmara é polifônica e a sinfonia, não (ADORNO, 1941, p. 110-149); além do efeito sobre os sons dos instrumentos da orquestra, que são transformados tecnicamente em *imagens sonoras* em virtude da passagem da corrente das ondas hertzianas, próprias a esse veículo. Essas transformações (assim como outras) foram impostas pelo veículo, a tal ponto que a maior perda foi a da própria estrutura sinfônica! Ouvir uma sinfonia no rádio não constitui uma verdadeira experiência estética de contato com ela: é outro produto que, na verdade, converteu a sinfonia de Beethoven em um sucedâneo redutor sem qualidade. Interessante anotar que Adorno considerava que se poderia fazer do rádio um instrumento musical e produtor de música, à maneira do *Theremin,* do violino Miessner, do órgão Hammond e do instrumento Mager (ADORNO, 1938, p. 151-156), embora o criticasse na reprodução elétrica dos *sons naturais* de instrumentos não elétricos. Ou seja, usar suas

[4] *Stock arrangements* eram feitos pelo departamento de arranjos das editoras após a aprovação de uma determinada música ou canção e do acerto das formalidades de direitos de reprodução; as cópias "*black and white*" eram tiradas da cópia padronizada para piano da editora para circular por toda a indústria e entre os artistas do setor musical (ADORNO; MacDOUGALD, 1941, p. 23).

características tecnológicas para fazer música em seu próprio estilo.

A análise de Adorno deteve-se, pois, nas propriedades imanentes da reprodução técnica, ou seja, sobre como o veículo atravessa e modifica o conteúdo veiculado, convertendo-o em *outra* coisa e, além do mais, afetando o receptor.

Quais eram, portanto, essas propriedades do veículo "rádio", as alterações qualitativas da música por ele transmitida e os efeitos sobre o receptor? Adorno desvendou cinco propriedades, às quais chamou de *categorias do rádio*: a simultaneidade temporal, a ubiquidade, a ubiquidade-padronização, o caráter de imagens sonoras de seu "som" e a escuta atomística. Sem dúvida, essa investigação permitiu-lhe ver como cada uma dessas propriedades afetava a música por ele transmitida, não só durante a reprodução, mas também na produção e nos efeitos sobre as audiências (ADORNO, 2006, p. 75-199; CARONE, 2011, p. 148-178)

Estendendo as questões sobre as propriedades imanentes do rádio aos outros veículos, será que os conteúdos não estarão sempre alterados de forma peculiar pelos demais veículos que conhecemos, embora não saibamos como?

Sendo eles os principais responsáveis pela disseminação da cultura e da indústria cultural, podemos dispensar a análise de suas propriedades e nos concentrar apenas em seus conteúdos e efeitos sociais e/ou psicossociais, como se os conteúdos e os receptores *não* estivessem pré-condicionados pelos meios?

Não me parece que Adorno tenha negligenciado essa análise; ao contrário, dispôs-se a enfrentar a dificuldade de criar hipóteses sobre o veículo do rádio e sobre os efeitos da transmissão radiofônica no receptor – a audição regredida, desatenta e atomística. Não me parece também que o conteúdo possa ser dissociado do veículo, ou melhor, que ambos possam ser tratados como coisas separadas. Abstrair um do outro é o mesmo que dissociar a forma do conteúdo sem apanhar a maneira peculiar pela qual o conteúdo foi transformado pelo meio de reprodução técnica. Exemplo notável é a transformação do livro *A guerra dos mundos,* de H. G. Wells em uma peça radiofônica do *Mercury Theatre on the air* de Orson Welles – que produziu um memorável pânico coletivo nos EUA em 1938, e, mais tarde, no Equador, em 1949 –, ou transformado em filmes de Hollywood ou na gravação da peça radiofônica em um disco. O romance impresso jamais poderia provocar um comportamento de pânico em seus leitores; tampouco os filmes sobre *A guerra dos mundos* conseguiram ou conseguiriam levar o público a enlouquecer diante da encenação da invasão marciana na Terra. A mesma peça radiofônica gravada em um disco nem em sonho conseguiria induzir o ouvinte a correr para as ruas em busca de socorro diante de uma ameaça iminente...

O poder do rádio, de onde vem?

Adorno responde com sua análise das categorias do rádio: a coincidência temporal ou simultaneidade temporal induz a *ilusão de imediaticidade* (ADORNO, 2006, p. 81-82). Essa ilusão de imediaticidade significa que a mediação técnica do rádio não é percebida pelo receptor, como se o rádio fosse uma *voz* falando diretamente em seus ouvidos. A mediação do livro impresso, a mediação do disco e a mediação do filme estão *congeladas e materializadas* no livro, no disco e no filme – são claramente perceptíveis ao receptor. A imediaticidade também atrapalha o discernimento entre o que é fato e o que é ficção, entre o que está acontecendo em tempo real e o que já aconteceu. A televisão pode, também, causar a ilusão da imediaticidade, razão pela qual se torna necessário, por vezes, acrescentar mensagens às imagens transmitidas: "ao vivo", "imagens gravadas", ou mesmo, "simulação com atores".

Ora, se o rádio distingue-se dos meios de reprodução anteriores é porque foi o primeiro veículo a usar ondas eletromagnéticas. Exatamente por causa dessa propriedade é que ele suplantou os noticiários da imprensa jornalística – o rádio anuncia bem antes da imprensa escrita o que está acontecendo em um determinado momento. E mais, se a diferença

Impulso, Piracicaba • 23(57), 9-17, maio.set. 2013 • ISSN Impresso: 0103-7676 • ISSN Eletrônico: 2236-9767
DOI: http://dx.doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v23n57p9-17

temporal entre emissão e recepção é desprezível, pode-se dizer também que, com o uso de ondas hertzianas, o rádio conquistou a *ubiquidade* – fenômeno nunca antes registrado e impossível de acontecer pelos meios impressos tradicionais.

É interessante observar outra diferença entre o rádio e o jornal. O controle do *tempo* no rádio equivale ao controle do *espaço* no jornal. Neste, as matérias tem seu "volume" medido em caracteres escritos e espaços em branco; no rádio, os minutos e segundos são rigorosamente contados na transmissão. No jornal, isso incide diretamente na compressão da linguagem, na padronização dos escritos, nas manchetes quase telegráficas e no encurtamento (concisão) das mensagens. *Menos é mais* – bons jornalistas sabem disso. No rádio, a voz sofre o impacto da exigência de uma dicção bem modulada e de a mensagem ser controlada pelos minutos e segundos de sua emissão, e a se dirigir *simultaneamente* para milhares de ouvintes de locais geográficos diferentes, ou seja, destinada ao ouvinte-padrão. Há uma espécie de compressão e padronização da linguagem – quer no espaço, quer no tempo – para sua adequação ao meio utilizado e para atingir distintos receptores na outra ponta do processo da comunicação.

Os programas de música séria veiculados pela televisão, por exemplo, são pouco atrativos até para aqueles que apreciam esse tipo de música e têm a oportunidade de uma visão mediada dos instrumentos, dos músicos e do regente da orquestra. A televisão é um meio em que as imagens sucedem-se em grande velocidade, o que determina a imobilidade do telespectador diante de sua tela. Se as imagens forem estáticas e focalizarem o mesmo cenário por muito tempo, o condicionamento do meio interfere em seu comportamento, que se torna inquieto como se quisesse impor mais movimento na máquina para voltar a imobilizar a si mesmo. Para se perceber a velocidade de sucessão de imagens da TV, basta desligar o áudio do aparelho. A imagem conectada com o áudio forma, de fato, uma unidade que torna imperceptível a velocidade dessa tecnologia de comunicação. Outro fato que decorre da velocidade é a dificuldade do receptor em reter pela memória o que foi dito e visto, precisando gravar ou rever as imagens e as falas para guardar sua lembrança. Comparando a televisão com o livro impresso, é como se este último estivesse parado e obedecendo ao ritmo de leitura imprimido pelo receptor. Por essa razão, diz-se que a leitura é uma *atividade* do leitor na mesma medida em que há falta de atividade ou *passividade* do telespectador (a não ser quando muda de canal ou desliga seu aparelho). O rádio, por sua vez, pode ser ouvido apenas como um *fundo* que não interfere nas outras atividades do ouvinte, cuja audição é regredida, atomística e desconcentrada. É o *non-listening listening* do rádio.

No cinema, o olho da câmera em movimento lento ou *ralenti*, apanha e registra movimentos imperceptíveis aos nossos sentidos, como aqueles do nascimento e desenvolvimento de uma plantinha até o desabrochar de uma flor, ou então quando flagra em imagens os lapsos dos movimentos e falas ocorridos em uma conversação – antes apenas capturados pela atenção flutuante do psicanalista –, facultando, assim, "a análise de realidades até então inadvertidamente perdidas no vasto fluxo das coisas percebidas" (BENJAMIN, 1980, p. 22-23). Outro ponto a destacar da reprodução cinematográfica é a espacialização do movimento, ou seja, o cinema é apenas e tão somente uma réplica tecnológica que reduz os movimentos a um conjunto de imagens paradas – os *fotogramas*. Quando os fotogramas são projetados na tela, com a velocidade de 40 quadros por segundo, o cérebro bloqueia a percepção da espacialização do movimento. Ou seja, o movimento temporal no cinema é uma ilusão determinada tecnicamente.O cinema não causa a ilusão de imediaticidade do rádio, mas a *ilusão do movimento*.

De qualquer maneira, o que temos que levar em consideração é que os distintos meios de reprodução técnica são diferentes entre si e nos afetam, como receptores, de maneira distinta. Saber como afetam a produção cultural e como nos afetam social e psicologicamente é

procurar entender as indústrias culturais, cada uma em sua especificidade, sem cair na visão universal e abstrata de "a indústria cultural". Esta expressão gasta e banalizada, no entanto, poderá ganhar contornos novos se levarmos a sério as pistas abertas por Adorno ao estudar a música veiculada pela reprodução técnica do rádio. As investigações sobre as indústrias culturais devem prosseguir, sobretudo por causa do forte impacto da revolução elétrica e eletrônica em curso que, a partir do rádio, tem alterado o cenário da produção cultural no mundo contemporâneo.

O conceito de indústria cultural está, pois, em relação dialética com seu objeto: as indústrias culturais. Se o conceito (ou teoria) desvela-nos criticamente a *função social* de entretenimento e entorpecimento das massas, o objeto multiplicou-se e desdobrou-se em uma pluralidade de imagens dos produtos, dos meios e dos receptores das indústrias culturais.

O conceito de indústria cultural, contudo, ao ser abstraído das indústrias culturais, perde seu poder crítico e degrada-se como mero conceito formal; as indústrias culturais, por seu turno, sem o poder crítico do conceito, não são relevantes para uma teoria crítica da sociedade. Os *media studies*, *grosso modo*, são um exemplo da falta de um enfoque crítico das indústrias culturais.[5] Em suma, o conceito de indústria cultural tem de ser urgentemente confrontado com seu objeto[6] para que aquilo que foi criado como instrumento crítico da cultura não seja gloriosamente enterrado. Há muito a investigar no mundo depois de Adorno.

Frisamos que se trata de uma relação dialética ou de contradição entre conceito e objeto que não se resume apenas à articulação entre o conceito de indústria cultural e as várias indústrias culturais. É preciso ir além e examinar a articulação entre o conceito e os produtos vários das indústrias culturais. De algum modo, tais articulações foram postas pela obra de Adorno; no entanto, nem sempre foram percebidas por seus leitores, como se bastasse "pinçar" o conceito de indústria cultural em sua obra escrita com Horkheimer e publicada pela primeira vez em 1947, *Dialética do esclarecimento.* Vale a pena lembrar que o conceito foi elaborado *depois* do estudo do rádio (1938-1941) e talvez tenha derivado sua força crítica exatamente da imersão adorniana no objeto.

Quais são as implicações da apropriação *incompleta* do conceito, sem a relação dialética deste com o não conceitual por ele determinado, ou seja, ao se pensar que o conceito *coincide* com o objeto, o universal com as suas concretizações? E as diferenças de *menos* e de *mais* entre conceito e objeto, onde ficam?

Se mantivermos o conceito separado do objeto, por certo ficaremos presos a uma asserção simples que equivale a uma *condenação em bloco* da indústria cultural como o grande mal da cultura, sem maiores cogitações sobre os objetos produzidos. No entanto, não raro, deparamo-nos com filmes – da indústria cultural do cinema – que têm conteúdo de verdade. São filmes de arte que conseguiram transcender, por meio de sua técnica interna, os limites impostos pela dominância da reprodução técnica sobre a produção; ou então, músicas populares não padronizadas na melodia, letra, harmonia e ritmo, como a peça para piano *Deep purple*, de Peter De Rose, ou *The bells of San Raquel*, de Barcelata, grandes sucessos da era do rádio, avaliadas em sua estrutura musical por Adorno como composições comparativamente superiores ao grosso da produção da música popular

[5] Hoje se fala em *critical media studies* quando os estudos dos meios de reprodução técnica têm base na teoria crítica.

[6] Adorno (2008, p.7) diz que a relação do conceito (teoria) com o objeto (não conceitual) é dialética. "O que se entende por isso é que o conceito entra em contradição com a coisa à qual se refere"; "(O fato é que não estou falando sobre "conceito" no sentido ordinário, mas sobre o conceito que já é teoria)"; "O conceito é sempre menos que aquilo que é subsumido a ele. Quando B é definido como um A, ele é sempre diferente de e mais que A, o conceito sob o qual está subsumido por meio de um julgamento predicativo. Por outro lado, entretanto, num certo sentido, o conceito é ao mesmo tempo, mais que as características que estão a ele subsumidas. Se, por exemplo, eu penso e falo de 'liberdade', este conceito não é simplesmente a unidade das características de todos os indivíduos que podem ser definidos como livres, com base em uma liberdade formal enunciada numa dada constituição".(tradução nossa)

Impulso, Piracicaba • 23(57), 9-17, maio.set. 2013 • ISSN Impresso: 0103-7676 • ISSN Eletrônico: 2236-9767
DOI: http://dx.doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v23n57p9-17

(ADORNO, 2006, p. 479-496). Mas não só elas, evidentemente.

Isso nos leva a pensar que voltar a atenção para os *objetos* é a única maneira de restituir à crítica o poder da crítica – sem o que ela é genérica e homogeneizante; em outras palavras, uma bobagem com ares de sabedoria. Mesmo as obras de arte, consagradas ou não por algum cânone literário, não podem ser simplesmente idealizadas como o contrário determinado pela crítica em bloco da indústria cultural: o reino da verdade e do bem. Manter a tensão dialética entre conceito e objeto, tanto no que diz respeito à arte como à indústria cultural, é a saída legítima para se evitar a canonização da arte pela excomunhão da indústria cultural.

A lógica do mercado, sem dúvida alguma, nivela a produção cultural por meio da dominância da reprodução técnica sobre a produção e sua recepção pelo consumidor; no entanto, podemos dizer que nem sempre os produtos ou objetos produzidos subordinam-se inteiramente a essa pressão. Há diferenças qualitativas entre eles. A própria dialética conceito-objeto permite-nos aumentar o foco para discriminar essas diferenças sem jogar todos os produtos da indústria cultural no inferno. Disse Adorno sobre como avaliar a qualidade de músicas populares:

> O único meio para se avaliar canções de sucesso de maneira correta é analisá-las tão concretamente quanto possível com base na sua própria linguagem e sem importar critérios de fora de sua própria esfera.
> [...]
> Qualquer avaliação que queira simplesmente medir a música popular por padrões da 'música séria' não será apenas irrealista, mas também esteticamente superficial por aplicar critérios alheios àqueles inerentes à própria composição. (ADORNO, 2006, p. 479, tradução nossa)

Em outras palavras, a avaliação crítica das músicas populares não pode ser "musicalmente moralizadora", porque há *boas canções* que são mal harmonizadas no sentido acadêmico e vice-versa (ADORNO, 2006, p. 479) Ora, parece que é isso que está acontecendo com a crítica dos produtos da indústria cultural – ela tornou-se *moralizadora* ou *moralista*. É o inverso do que deveria ser.

Podemos dizer, então, que conhecer as vicissitudes das indústrias culturais, sujeitas diretamente às pressões do comércio, e cada uma de um modo particular, permite-nos avançar no processo da crítica da qualidade de seus produtos. Embora alguns produtos possam ser considerados *meras exceções à regra geral*, eles também confirmam que o investigador não pode contentar-se com o conceito de indústria cultural sem articulá-lo com o objeto, ou seja, desconhecendo como o universal nele está concretizado. Às vezes, de modo contraditório ao conceito.

> Pois na música popular a fórmula padronizada, que é onipresente, permite ao compositor a realização de suas intenções essenciais apenas na forma dos desvios mais discretos, enquanto que o compositor da música séria não está limitado por qualquer padrão fora de sua própria imaginação e pode, por conseguinte, fazer de suas intenções originais o principal evento. (ADORNO, 2006, p. 479, tradução nossa).

Voirol diz que os trabalhos de Adorno sobre os meios de comunicação e a cultura no período do pós-guerra tomaram um rumo diferente com suas intervenções no sistema midiático ao estar muito presente – como intelectual público num momento tão importante da Alemanha – na imprensa, no rádio e na televisão. "Pode-se perguntar se esta presença na mídia não é uma contradição prática de sua proposta sobre a indústria cultural" (VOIROL, 2011, p. 150).

Mas, diz o autor,

> Um leitor avisado de Adorno percebe as inflexões que ele opera em

> suas diferentes intervenções. Com efeito, pode-se ter a impressão de que Adorno considerava implicitamente que os meios de comunicação não estavam unilateralmente submetidos aos mecanismos alienantes da indústria cultural, que subsistiam margens de autonomia. (VOIROL, 2011, p. 150 -151, tradução nossa).

Até considerou a possibilidade de um cinema "emancipado", cuja finalidade seria, de um lado, romper com as representações coletivas inconscientes e irracionais ao se colocar a serviço do esclarecimento e, de outro, problematizar sua relação com os dispositivos técnicos – a prática da montagem e do arranjo das sequências permite interromper a cadeia de identificações do expectador com a realidade factual. O cinema pode, assim, transformar-se em um instrumento de "decifra mento do mundo", capaz de trazer à tona as experiências escondidas ou recalcadas, da mesma maneira que a pintura pela visão e a música pela experiência acústica (VOIROL, 2011, p. 151).

Para concluir, é interessante observar que Adorno é considerado elitista e até preconceituoso ou ignorante com respeito à música popular e aos meios de comunicação de massas que chegou a conhecer: rádio, imprensa, cinema e televisão. No entanto, seus estudos sobre a música no rádio e desse meio de comunicação revelam-nos uma faceta diferente, se entendermos corretamente suas análises e críticas. Elas atestam sua proximidade reflexiva com as indústrias culturais, a pertinência de suas observações sobre os objetos produzidos e até sua participação no sistema midiático. Talvez tenhamos perdido o mapa por ele traçado em algum lugar.

Referências

ADORNO, T. W. Music in radio. In: Lazarsfeld Collections. New York: Columbia University, 1938. (Arquivos).

_____. The radio symphony. In: LAZARSFELD, P. F.; STANTON, F. N. Radio Research 1941. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1941. p. 110-139.

_____. Culture industry reconsidered. New German Critique, n. 6, p. 12-19, Fall 1975.

_____. Current of music: elements of a radio theory. Germany: Suhrkamp, 2006.

_____. Lectures on negative dialectics: fragments of a lecture course 1965-1966. Cambridge: Polity Press, 2008.

ADORNO, T. W; MacDOUGALD, D. Plugging Study. In: Lazarsfeld Collections. New York: Columbia University, 1941. (Arquivos).

ADORNO, T. W.; SIMPSON, G. On popular music. Studies on Philosophy and Social Science, v. IX, p. 17-48, 1941.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: CIVITA, V. (Ed.). Textos escolhidos: Walter Benjamin, Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Jurgen Habermas. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 5-28.

CARONE, I. A face histórica de *On popular music*. Revista Constelaciones de Teoria Critica, n. 3, p. 148-178, 2011.

LAZARSFELD, P. F.; STANTON F. N. Radio Research 1941. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1941.

VOIROL, O. Retour sur l'industrie culturelle. Réseaux: Communication, Technologie, Société, Paris, v. 29, n. 166, p. 125-157, 2011.

Impulso, Piracicaba • 23(57), 9-17, maio.set. 2013 • ISSN Impresso: 0103-7676 • ISSN Eletrônico: 2236-9767
DOI: http://dx.doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v23n57p9-17

Dados da Autora:

Iray Carone
Doutora em Filosofia pela PUCSP e docente aposentada do Departamento de Psicologia da Aprendizagem do IPUSP, na condição atual de professora colaboradora; fez estágios de Pós-Doutoramento na Universidade da Califórnia (Berkeley), New School University (Nova York), Columbia University (Nova York) e Universidad Nacional de Educación a Distancia (Madrid).

Recebido: 07/05/2013
Aprovado: 03/06/2013