

**JAZZ, ROCK'N'ROLL, MÚSICA POP,
REGRESSÃO DA AUDIÇÃO E FETICHISMO NA MÚSICA
APONTAMENTOS SOBRE UM VELHO TEXTO DE THEODOR W. ADORNO**

Delmo de Oliveira Arguelhes*
Marcelo José Domingos**

Resumo: A partir das categorias lançadas por Theodor Adorno no texto *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição* (1938), o presente artigo propõe o repensar os estilos musicais – como o *rock'n'roll*, *jazz*, *blues* e o *pop* – nos últimos trinta anos juntamente com a Indústria Cultural e a sociedade de massas.

Palavras-chave: Escola de Frankfurt, Música, Indústria Cultural, Sociedade de Massas.

A liquidação do indivíduo constitui o sinal característico da nova época musical em que vivemos.
Adorno, 1938

MÚSICA-ARTE E MÚSICA-MERCADORIA

*Rock, pop*¹, *tecno, samba, funk*: uma miríade de estilos que preencheriam seguramente uma página inteira deste artigo suscitam questionamentos inúmeros, alguns não tão acadêmicos assim: a música, independente de nossa vontade, está imersa no cotidiano tanto quanto a nossa alimentação ou vestuário, e é igualmente consumível, adotando, também por esta mesma característica, uma enorme variedade rítmico-melódica. Os debates sobre música são acalorados e sugerem um grau de dúvida sobre sua qualidade. Alguns juízos emitidos por críticos musicais de determinadas variantes estilísticas aceitas e consumidas pelo grande público exemplificam bem este fenômeno. Assim, o *tecno* seria repetitivo e abusaria dos

* Professor do Curso de História do UniCEUB. Mestre em História das Relações Internacionais – UnB; doutorando em História das Idéias – UnB.

** Mestrando em História Cultural – UnB. Bolsista do CNPq.

¹ A utilização do termo *pop*, abrange toda uma gama de significados através do séc. XX, inclusive no âmbito musical. Este verbete e suas derivações – música, visual, estilo, entre outros – refere-se a produtos comercialmente viáveis, preparados especialmente para o consumo e com o apelo na mídia, como as canções e grupos mais acessíveis ao grande público.

samplers (colagens de outras composições utilizadas pelos *disc-jockeys*); o *rock*, antes revolucionário, estaria agora barulhento e sem conteúdo, recheado de *crossovers* com outros estilos²; o *pop* dos intérpretes norte-americanos seria acéfalo, tal qual o conteúdo dos *funks* cariocas.

A transformação da arte, e em especial da música, em mercadoria de consumo, bem como a própria discussão a respeito do gosto e da qualidade deste tipo de manifestação artística não é exclusividade dos últimos quarenta ou cinquenta anos, que viram nascer o *rock & pop*. No que tange às referidas discussões, pode-se afirmar seguramente que, enquanto se produziu música, certamente criticou-se a sua referida qualidade e a sua validação estética através dos tempos, tal qual na *República*, de Platão, e no *Ensaio Sobre a Origem das Línguas* de Rousseau³. O discurso do gosto moderno apresenta argumentos estéticos que nos parecem atemporais. Já a caracterização e sistematização da arte musical como mercadoria de produção em série e as implicações a respeito de suas virtudes instigou os intelectuais em vários momentos do séc. XX. Theodor-Wisengrund Adorno (1903-1969) foi um deles.

Nascido em Frankfurt, Adorno teve uma sólida formação em música. Estudou composição musical em Viena com Alban Berg, um dos grandes expoentes da cultura musical europeia da época. Esta intimidade com a música é notável em seus textos. Além das tipologias características das ciências sociais, Adorno lança mão de referenciais específicos à teoria musical, revelando um profundo conhecimento do assunto, não restringindo sua crítica à confortável posição de observador externo. Escreveu, especificamente sobre música, *A Situação Social do Jazz*, em 1936, *Sobre o Caráter Fetichista da Música e a Regressão da Audição*, em 1938, *Fragmentos sobre Wagner*, em 1939 e *Sobre a Música Popular*, nos anos 1940-41. Em parceria com Max Horkheimer veio a produzir, em 1947, *A Dialética do Esclarecimento* na qual viria a utilizar pela primeira vez o conceito de Indústria Cultural (1999, pp. 06-07). Adorno tornou-se um dos grandes pensadores da chamada Escola de Frankfurt, que tinha explicitada a sua orientação marxista. Nessa perspectiva a música não era mais compreendida apenas como produto do espírito, mas também em suas características materiais.

Entre os trabalhos acima listados, *O Fetichismo na Música e a regressão da Audição* apresenta-se como um instantâneo da época em que foi escrita. Ao mesmo tempo, este estudo

² Como o *Rap-metal*, *Forró-core*, *NÛ metal*, só para citar alguns.

³ Vide o capítulo XIX, *De como degenerou a música*, por exemplo em sua conclusão: “eis como o acanto aos poucos se tornou uma arte inteiramente separada da palavra, da qual se origina, como as harmônicas dos sons determinaram o esquecimento das inflexões da voz e como, por fim, limitada ao efeito puramente físico do concurso das vibrações, viu-se a música privada dos efeitos morais, que produziria quando era duplamente a voz da natureza” (ROUSSEAU: 1991, p. 198)

mostra-se atual e adequado aos acontecimentos dos últimos 65 anos, em muitos aspectos da música de massas: o *jazz*, o *rock*, o *fusion*, o advento da música eletrônica, a profusão das regionalidades – o samba, o *country*, os ritmos africanos, a dilatação da latinidade – modernizadas e globalizadas, adaptadas a um padrão midiático aceitável.

Escrito de forma a ser lido de um fôlego só, predominantemente aforístico, com poucas citações⁴, a multiplicidade de reflexões calcadas na observação de um mundo em transformação ante as lentes do marxismo imprimem um aspecto fatalista aos novos tempos. A obra alterna momentos extremamente dramáticos do processo de metamorfose da música-arte para a música-produto, com ambientes de humor mórbido. Ao referir-se aos consumidores dessa nova música, exemplifica ironicamente suas novas atitudes.

O texto em questão tem três momentos identificáveis: a abertura, com as Reflexões sobre o gosto e o atual estado da música (fins dos anos trinta do século passado); o Fetiche na música-mercadoria num segundo momento e finalmente a Audição Regressiva sugerida no título⁵. Os conceitos-chave aí aludidos são também o nosso ponto de partida: valor-de-uso / valor-de-troca; música ligeira / música séria; o Fetiche (Marx), aplicado à música-mercadoria; e por fim o conceito de Indústria de Entretenimento.

Por valor-de-uso pode-se entender o valor atribuído a uma dada mercadoria⁶ de acordo com sua utilidade, tomando como referência as necessidades humanas de qualquer espécie; já o valor-de-troca apresenta-se inicialmente na inter-relação de mercadorias de diferentes valores-de-uso (MARX: 1985, pp. 45-6). No caso específico da música, uma vez transmutada em mercadoria, assume valores fantasiosos referentes ao prazer idealizado supostamente emanado da audição da música fetichizada. Adorno compara este mesmo prazer à sensação da “mulher que possui dinheiro para as compras [e que] delicia-se no ato mesmo de fazer compras” (ADORNO: 1975, p. 181). A música-produto, por sua vez, apresenta-se num primeiro momento única e exclusivamente como música ligeira, como, por exemplo, o *jazz* norte-americano e o *swing* das *Big Bands*, que teriam características estilísticas fundamentalmente diferentes das de seu contraponto ideal, a música séria. Esta distinção se desfaz, no entanto, ao percebermos que as composições sérias já estão violadas pela atribuição de um valor-de-troca e de sua inevitável comercialização. As obras de grandes compositores eruditos como Haendel, Schubert ou Wagner teriam estruturas harmônico-melódicas de difícil

⁴ Apenas três autores são citados na seguinte ordem: Platão (*A República*), Karl Marx (*O Capital*) e Max Horkheimer (*O Novo Ataque à Metafísica*).

⁵ Neste texto utilizaremos, para facilidade de exposição, os termos Reflexões, Fetiche e Audição regressiva, quando estivermos tratando desta obra.

⁶ “A mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa” (MARX: 1985, p. 45).

assimilação pelas massas na totalidade de seu conteúdo. Ainda assim, coisificam-se elementos isolados dessas obras. Melodias simplificadas de forma alguma poderiam apreender toda a grandiosidade de um original⁷. Já aquela primeira forma de música, a ligeira, teria alguns pontos de convergência interna, como a extrema valoração das vozes dos cantores, a constante participação dos arranjadores e dos produtores das canções de sucesso, o totalitarismo dos maestros das *big bands* e, certamente, as dissonâncias consideradas escandalosas aos ouvidos bem treinados e não percebidas pelos ouvintes médios.

Através destes conceitos perpassa a idéia de fetiche, aplicada à música. Em Marx, esta idéia é em parte definida pelo místico caráter assumido pela mercadoria:

À primeira vista, a mercadoria parece uma coisa trivial, evidente. Analisando-a, vê-se que ela é uma coisa muito complicada, cheia de sutileza metafísica e manhas teológicas. Como valor-de-uso, não há nada misterioso nela, (...) Mas logo que ela aparece como mercadoria, ela se transforma numa coisa fisicamente metafísica. (MARX: 1985, p. 70)

Especialmente no âmbito musical, o fetiche viria a se exprimir através da “veneração do que é autofabricado” (ADORNO: 1975, p. 180). O prazer em se apropriar, através da compra, de uma obra de sucesso, estaria na sensação de possuir um símbolo do trabalho desempenhado para a aquisição dessa mesma obra. Seu preço certamente orienta-se pelas leis do mercado, extrapolando, e muito, o seu valor-de-uso, que se apresenta de forma complexa, e seu valor-de-troca. Mas para o consumidor o valor desta mesma obra é irrelevante: o caráter místico da mercadoria em questão, a música, supera a própria razão.⁸

A noção de Indústria de Entretenimento, para os familiarizados com os Frankfurtianos, soa estranhamente familiar. Isto ocorre em parte porque Adorno cunharia o termo Indústria Cultural em sua *Dialética do Esclarecimento* – em oposição a uma suposta cultura vinda das massas – anos depois, termo esse que agregaria aspectos daquele primeiro modelo (a Indústria do Entretenimento) sugerido no artigo de 1938. Adorno refere-se a ela de forma a não defini-la por completo, mas insinua o ‘circuito’ constituído por produtores, arranjadores, músicos, gravadoras, rádios e outros, que seria parte de uma grande estrutura dedicada a confortar os momentos de ócio do indivíduo. Entretanto, dado o seu modo de funcionamento, esta diversão tornou-se uma farsa, uma depravação.

⁷ “Melodia significa aqui o mesmo que melodia no registro médio agudo com simetria de oito compassos” (ADORNO, 1975, p. 179).

⁸ “O misterioso da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato que ela reflete aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como características objetivas dos próprios produtos de trabalho” (MARX: 1985, p. 71).

Em seu momento inicial de Reflexões esta mesma farsa começa, à semelhança de uma tragédia de três atos, a tomar forma apresentando algumas elucubrações acerca do gosto, indicando o ponto de questionamento sobre a nova música. Deve-se recordar o ano de publicação, 1938, em que a crítica mordaz de Adorno fora confeccionada em um período conturbado, de uma Europa sofrendo grandes transformações. O grande meio de comunicação da época, o rádio, era o grande propagador da nova música desvinculada e descompromissada. Segundo aquele, “toda vez que a paz musical se acha perturbada por excitações bacânticas, pode-se falar da decadência do gosto” (1975, p. 173). A alusão às sacerdotisas de Baco não é despropositada; indica o prazer impensado, uma proposta de deleites imediatistas a serem satisfeitos, com os sentidos distorcidos, incapazes de perceber as enganações deste mesmo prazer. Esta mesma música, que logra os sentidos e não proporciona o entretenimento que sinaliza, contribui de fato para o emudecimento dos homens. De fato, Adorno recorre a Platão para tecer suas críticas: o encantamento dos sentidos propiciado pela nova música seria comparável aos modos musicais que o filósofo, há vinte e cinco séculos, considerou moles ou queixosos (mixolídio, lídio, hipolídio e jônico), mais apropriados a “banquetes e orgias” (ADORNO: 1975, p. 174).

Nesse sentido, o grande divulgador da nova consciência musical – que se define “pela negação e rejeição do prazer no próprio prazer” (ADORNO: 1975, p. 177) – o rádio, ao invés de oferecer diversão e entretenimento de forma descompromissada e promover os chamados valores culturais, torna-se a grande voz de expressão da música ligeira. Neste ponto evidencia-se a preferência de Adorno pelas obras musicais sérias, como os compositores alemães. Alguns leitores contemporâneos certamente o censurariam; outros, mais afoitos, rapidamente teceriam comentários oportunistas sobre o que seriam a música ligeira e a música séria em nossos últimos cinco ou dez anos, como se verá adiante. Adorno é cético ante os produtos da Indústria de Entretenimento, independente de sua origem, e, além disso, percebe o sujeito passivo ante a mídia toda-poderosa⁹. Esta última, que transforma composições em músicas de sucesso, é a mesma que trata as composições clássicas como mercadoria vendável e como símbolo de ascensão social a um dado *status*. A atuação dessa mídia não necessariamente representa o enaltecimento do valor cultural da obra de arte, mas modifica sua natureza única. O indivíduo estaria no meio dessas duas grandes correntes, preso e incapaz de esboçar quaisquer reações. Isto ocorre pois este mesmo indivíduo encontra-se privado de opções: se estas existem neste novo mundo, o sujeito simplesmente as desconhece.

⁹ Adorno concebe um modelo explicativo emissor → receptor, no qual o primeiro é plenamente consciente de seu conteúdo, e o segundo é passivo e influenciável. Apesar de termos ciência das limitações deste modelo explicativo, nos limitaremos aqui à apresentação de suas idéias mais pertinentes.

Adorno dá então o seu vaticínio fatalista, afirmando categoricamente que “a liquidação do indivíduo constitui o sinal característico da nova época musical em que vivemos” (ADORNO: 1975, p. 178). A promessa de modernização, mais propriamente a do bem estar geral, perverte-se para a montagem de um grande aparato consumista ocultado sob a égide de uma Indústria do Entretenimento. Todos os detalhes desta indústria, e mais propriamente a estrutura de elaboração de produtos da música ligeira, são alienantes: as vozes dos cantores; os maestros idolatrados e suas *big bands* que poderiam, todavia, executar as obras de sucesso sozinhas; a exarcebada valorização dos instrumentos antigos, ainda que a técnica moderna possa produzir instrumentos muito melhores; todos esses e muitos outros indícios nos conduzem a interrogações sobre a forma adotada pelo conceito fetiche na música.

Para Marx, o fetiche aplicado à mercadoria implica na “veneração do que é autofabricado” (ADORNO: 1975, p. 175). Como foi explicado anteriormente, imiscui-se no valor de troca das mercadorias o valor social do trabalho, transformando o produto em representação de *status* social. Ora, Adorno é categórico ao afirmar o caráter de mercadoria assumido pela música veiculada às massas. O apreciador deste tipo de construto desfruta de um inestimável prazer no puro e simples ato da compra e mais ainda na aquisição de bens culturais massificados, não importando, neste caso, o concerto, mas sim o valor do ingresso (ADORNO: 1975, p. 181). Esses bens culturais, por sua vez, são inúmeros, podendo oscilar da aquisição de um ingresso da apresentação de uma peça clássica ou da compra de um disco de sucesso até a própria manifestação de conhecimento da música da moda. O conhecimento de uma música de sucesso, bem como a apropriação de um trecho específico da obra de Beethoven, denota um posicionamento privilegiado na sociedade de consumo, o do consumidor que percebe na mercadoria adquirida os “caracteres sociais do seu próprio trabalho como caracteres dos próprios produtos do trabalho, como propriedades naturais e sociais dessas coisas” (ADORNO: 1975, p. 181).

As artes, mais especificamente a música, têm o seu valor radicalmente modificado nas sociedades capitalistas na era da primazia da técnica e da produção em série. Neste contexto, não existiria música ‘boa’ ou música ‘ruim’, pois “todo prazer que se emancipa do valor de troca assume traços subversivos” (ADORNO: 1975, p. 181). Além disso, não há mais, graças à fetichização exacerbada dos indivíduos liquidados, “gosto algum” (ADORNO: 1975, p. 182). Dentro desta argumentação, mesmo a música séria nos novos tempos tornaram-se obras de arte ‘depravadas’ face a sua utilização.¹⁰ Adorno, entretanto, vai além. Sugere que a prática coercitiva da apropriação de bens fetichizados (mais precisamente a “transferência do valor de

¹⁰ Mais precisamente: “as obras que sucumbem ao fetichismo e se transformam em bens da cultura sofrem, mediante este processo, alterações constitutivas. Tornam-se depravadas” (ADORNO:1975, p.183).

uso dos bens de consumo para o seu valor de troca dentro de uma constituição global”) seria o fator de coesão da sociedade da mercadoria e consumo (ADORNO: 1975, p. 181). Neste contexto, a liquidação do indivíduo apresenta-se como condição necessária à manutenção da ordem vigente¹¹.

A audição moderna, dada a fetichização da música, torna-se, neste ínterim, infantil, regressiva; a previsibilidade da música, junto à inoperância do ouvinte, dá o toque final ao espetáculo de três atos – a Regressão da Audição. Esta peça assume contornos dramáticos ante a infantilização das massas, que uma vez privadas de sua liberdade de escolha, negam a si mesmas a mínima possibilidade de alcançar algum entendimento de uma arte legítima em suas atribuições primordiais; os indivíduos “com rostos que abrem uma boca monstruosamente grande com dentes brilhantes, encimada por dois olhos tristes cansados e distraídos” (ADORNO: 1975, p. 188), sofrendo aquele tipo de privação, regridem a um estágio infantil de apreciação musical, pois esta nova música também compartilha o mesmo, no que tange às composições. O Fetiche, a Audição Regressiva e a infantilização dos consumidores e compositores, tornam as classes sociais sinistramente indiscriminadas, em outras palavras, massas.

A música, na nova era, “assume o caráter de coação” e os consumidores tornam-se “vítimas” desse mecanismo (ADORNO: 1975, p. 189). A coação, típica da propaganda, conta com a desconcentração do ouvinte, bem como com a prática do “esquecer e o rápido recordar” (ADORNO: 1975, p. 190) da música massificada, onde o título, além de identificar a marca comercial da composição de sucesso, quem a escreveu, a produziu, e a interpretou, mostra-se como rótulo que levemente indicaria a qualidade mesma da composição. Sobre a desconcentração do ouvinte, Adorno remete a Walter Benjamin. Segundo este último, a possibilidade de apreensão de um filme só é possível se o consumidor estiver distraído, tal qual um *jazz* executado em um baile. De outro modo, a apreciação destas obras seria inviável¹², pois os consumidores, se lhes fosse possível fazê-lo, percerberiam as incongruências destas mesmas peças. Mas não lhes é possível, pois a forma de audição é “atomística” (ADORNO: 1975, p. 190), ou seja, ao ouvir a música de sucesso, não é factível compreender a suposta totalidade da obra ouvida em um momento de êxtase dos sentidos induzido pela Audição Regressiva.

¹¹ Em sua obra posterior, a *Dialética do Esclarecimento*, em parceria com Horkheimer, tem-se uma maior amplitude do processo da liquidação do indivíduo e seus mecanismos manifestos através da denominada Indústria Cultural (ADORNO & HORKHEIMER: 1985, p. 114-7).

¹² “De vez em quando se ouvirá a opinião que o *jazz* é sumamente agradável num baile e horrível de ouvir” (ADORNO: 1975, p. 190).

A regressão auditiva seria, em parte, inviabilizada se não houvesse a padronização total de todas as composições veiculáveis por rádio. Esta prática extrapola os números de compassos, a sua duração e partes melódicas bem definidas¹³ pelos produtores, compositores e executivos das gravadoras, estendendo-se para a própria recepção do público, que seria igualmente padronizada. Produz-se uma linguagem – igualmente infantil – de fácil compreensão das partituras. Facilita-se sua popularização com a utilização de “comandos musicais ópticos, espécies de sinais musicais de trânsito”¹⁴, que são feitos de forma resumida, e que incorreriam em erros deliberados, assemelhando-se à “ortografia incorreta em inúmeros textos de publicidade” (ADORNO: 1975, p. 192). Mesmo a tentativa de reação à passividade, por parte dos ouvintes, acaba por ter um efeito contrário. A presunção de atividade ante os produtos fetichizados produz um sem-número de tipos alienados, ouvintes ‘regressivos’ tais quais os *jitterbugs*, que participam ativamente como espectadores escrevendo às rádios, ‘participando’ da programação; os rádio-amadores, apreciadores solitários do *jazz* e vem a alcançar um “grande prestígio técnico” (ADORNO: 1975, p. 194) no fabrico de seus aparelhos receptores; os ‘moderninhos’, sempre dispostos a ouvir, cantarolar e dançar a música de sucesso, podendo ser o estudante de faculdade ou um frentista do posto de gasolina – tem-se a impressão, curiosamente, que a grande maioria dos ouvintes regressivos são jovens, mesmo os ‘peritos’ na história do *jazz*, a qual estudam tal qual uma estória sagrada¹⁵.

A ‘geração jovem’ – o próprio conceito constitui uma simples capa ideológica – parece precisamente, em razão da nova maneira de ouvir, estar em contradição com seus pais e sua cultura pequeno burguesa e destituída de gosto. (ADORNO: 1975, p. 195)

E de certo modo eles o são. Mas os pais também destituídos de gosto, reagindo através de cartas e artigos enviados a rádios e jornais são tão regressivos quanto seus filhos.

Se as tentativas de compor música ‘artística’ são remotas, haja vista a improcedência dos elementos criadores desta sociedade, haveria a possibilidade de materiais de qualidade na época da produção e consumos maciços? Poder-se-ia elaborar arte destituída de elementos coisificados? À época de Adorno, o compositor Gustav Mahler, tido como criador de uma

¹³ A exemplo da música *pop* atual, mais precisamente as de língua inglesa, as composições têm o seguinte padrão: tema instrumental; tema cantado; refrão; tema cantado; refrão; solo (normalmente de guitarras elétricas); refrão; refrão. E outras variações igualmente previsíveis. Adorno refere-se especificamente às composições norte americanas *jazzísticas* da época que dariam destaque a um dado instrumento no *chorus* (refrão) das composições de sucesso.

¹⁴ Seriam à semelhança das pequenas revistas de músicas cifradas de hoje em dia? (ADORNO: 1975, p. 192)

¹⁵ Neste ponto Adorno reserva-se a uma amarga ironia: “Em conseqüência, a rotina soberana do amador de *jazz* é apenas a capacidade passiva de não deixar-se desviar por nada na adaptação dos padrões. Ele é o verdadeiro sujeito do *jazz*: as suas improvisações vêm do esquema; comanda o esquema, com o cigarro na boca, tão displicentemente como se ele mesmo o tivesse inventado” (ADORNO: 1975, p. 195).

obra depravada, estaria fazendo o impensável. Através da utilização de elementos pré-existentes, estaria aquele a produzir a música artística da nova época talvez, justamente por sua incoerência: o constante referenciamento de obras pré-existentes.

Inovações técnicas, tecnização e produção em série, e tudo isso aplicado às artes, mais precisamente à música. A constante de interesse de Adorno, mais elaborada anos depois em parceria de Horkheimer na *Dialética do Esclarecimento* (1985), há o interesse localizado – além de, obviamente, a Arte na época da reprodutibilidade técnica - na temática do mundo em mutação acelerada pela era industrial, no que àquelas décadas, de trinta e quarenta, convencionou-se entender como Tempos Modernos de grandes modificações. A estufepação de vários intelectuais, dentre os quais Adorno figura com particular importância¹⁶, ante ao Moderno, merece uma atenção especial para o desenvolvimento de algumas questões sobre a pertinência do texto de Adorno a tempos mais recentes.

MODERNIDADE E CULTURA DE MASSA

O conceito de modernidade está ligado intimamente à idéia de contemporaneidade. A origem da palavra remonta ao final do V século da era cristã, que fazia a distinção entre a civilização cristã e a antigüidade romana pagã. Mais do que a novidade, *modernus* refere-se ao atual (JAUSS: 2001, pp. 178-9).

Ao pensar a questão do pós-moderno ao final do século XX, Sérgio Paulo Rouanet (1987, pp. 229-77) a divide em diversos pontos, com o intuito de responder se realmente estamos ou não vivenciando o pós-modernismo. Comparando o conceito de modernidade segundo Max Weber, com os conceitos de diversos teóricos em áreas diversas como a política, a economia e a cultura, Rouanet chega à conclusão que – *grosso modo* – vivenciamos apenas uma sensação de ruptura, sem que esta exista de fato (1987, p. 268). Portanto, ainda não atingimos a Pós-Modernidade. Na verdade, ao assumir o conceito de Moderno como a atualidade vivida, podemos afirmar que jamais experimentaremos a Pós-Modernidade, pois esta é como o futuro: quando chega torna-se presente. Não discutiremos aqui se estamos vivenciando uma modernidade ou uma outra em estágio avançado. De qualquer modo ainda permanecemos ‘modernos’.

Desenvolvendo este artigo dentro de uma perspectiva histórica, não podemos perder de vista que, na história da tradição ocidental, temos uma sucessão de modernidades. A modernidade industrial – desenvolvida desde o final do século XVIII até o século XX – pode

¹⁶ Como Walter Benjamin e Max Horkheimer citados neste artigo, entre outros.

ser caracterizada a partir de um conceito lançado por Max Weber: a racionalização ou o agir-racional-com-respeito-a-fins. Essa racionalização – a “ampliação de setores sociais submetidos a padrões de decisão racional” – segundo Herbert Marcuse e Jürgen Habermas, comporta “uma forma inconfessada de dominação política” (HABERMAS: 1975, p. 303).

Após estas breves considerações, chegaremos ao conceito da sociedade de massas. Em primeiro lugar, a sociedade, cuja origem também remonta o século XVIII. Formada a partir das cortes europeias (ARENDR: 2001, p. 251) – que originaram-se a partir da cooptação da nobreza rural – esta ‘boa’ sociedade possuía condições materiais suficientes (numerário e tempo livre) para desfrutar a cultura na forma mais sofisticada: as obras de arte. Por cultura, podemos entender um “conjunto de práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social” (BOSI: 1994, p. 16). Cultura, termo de origem latina, teve sua origem no verbo *colo*, que significava, em Roma Antiga, eu moro, ocupo e *cultivo* a terra. O futuro deste verbo – o que se quer cultivar – é *culturus* (BOSI: 1994, pp. 11-6).

Os gregos antigos não possuíam designação para a cultura – o que mais se aproxima deste conceito é a palavra *Paidéia*, que surgiu tardiamente (século IV a.C.). O primeiro a utilizar a denominação cultura, segundo Hannah Arendt, foi Cícero (2001, p. 265). Para Arendt, esta particularidade advém da questão do trato da terra para gregos e romanos. Estes cultivavam o campo para obter o alimento, aqueles violavam a natureza, “arrancavam do seio da terra os frutos que os deuses haviam ocultado dos homens.” (ARENDR: 2001, p. 266) Daí vem a metáfora de Cícero, assim como a terra, o espírito também precisava de cultivo.

Em contraposição à boa sociedade, havia a burguesia que ascendia socialmente, através da riqueza, mas desprezava a cultura por sua falta de praticidade. Este burguês, incapaz de compreender os valores estéticos da cultura foi denominado tardiamente – também ao final do século XVIII – filisteu. O filisteísmo está ancorado numa concepção utilitarista de mundo, sendo obviamente desprezado pela boa sociedade. A continuidade da ascensão burguesa acabou por gerar uma atualização do filisteísmo: o filisteu educado; que é aquele que utiliza a cultura não para apreciação ou para o auto-aprimoramento, mas como uma moeda de troca no jogo social. Ou seja, o filisteu educado é, acima de tudo, um esnobe¹⁷.

Nos séculos XIX e XX, as massas populacionais foram efetivamente incorporadas à sociedade. Daí surge a sociedade de massas. Arendt afirma que nesse momento, essa massa “foi a tal ponto liberada do fardo do trabalho físico extenuante que passou a dispor também de tempo de lazer para a ‘cultura’” (2001, p. 250). A partir do surgimento de uma sociedade de

¹⁷ O termo esnobe originou-se de *S. nob.*, abreviatura de *sine nobilitate*, “expressão que se apunha, nos antigos colégios ingleses, aos nomes dos alunos de fidalguia suspeita” (BOSI: 1994, p. 56).

massas, aparece a cultura de massas. A essência desta cultura é o entretenimento. O entretenimento – que faz parte do ciclo vital, situado na esfera do *labour* arendtiano – torna-se massificado. A Indústria Cultural, solidificada ao longo do século XX, é a responsável pelo fornecimento de entretenimento para as massas. Em contraposição aos mais altos símbolos da cultura, que são as obras de arte, as quais permanecem como testemunhos para a posteridade, o entretenimento de massa é produzido para o consumo; portanto é perecível – produz-se e consome-se rapidamente.

Hannah Arendt enxerga nesse processo dois grandes riscos para a cultura: o filisteísmo educado, que gasta os bens culturais ao utilizá-los de forma indevida e a Indústria Cultural, a qual produzindo divertimento em ‘linhas de montagem’, apropria-se da cultura – a fim de satisfazer necessidades gigantescas de consumo – transformando-a em produtos diluídos para a utilização e destruição imediatas.

SUCESSÃO DE MODERNIDADES

Se o estar Moderno é ser o atual, o correr das épocas pode ser entendido, neste sentido, numa sucessão de *modernidades* – e tem-se no Passado plural a confortável possibilidade de redefiní-lo à nossa maneira, ao bel prazer: o *jazz* e a música ligeira da época de Adorno, tornou-se Música Séria sendo devidamente codificada, apropriada às suas síncopes e notas pontuadas. O *jazz* mudou? Contrariando as suas afirmações, em parte, pode-se afirmar que, estilisticamente, mudou sim, e por quais motivos, especificamente, é difícil determinar¹⁸. Deve-se ressaltar a parcialidade desta mudança, pois a Música Ligeira, o *jazz*, e todas as variantes desde então continuaram a ser mercadorias fetichizadas, produzidas, lançadas e relançadas de acordo com as leis do mercado fonográfico. E, indo mais além, o *jazz*-mercadoria e a Música Ligeira daquela época tornaram-se arte.

(A arte à época de Adorno estaria degenerada de fato? Dentro de seus parâmetros, certamente. Mas até que ponto Adorno não teria instrumentais analíticos para a possível ‘nova’ forma de arte que poderia estar sendo produzida ainda que tocada pela indústria de Entretenimento? A arte ante a modernidade deixaria de existir?)

Entretanto, as artes tem características místicas que as tornam perigosas na sociedade de consumo (ADORNO & HORKHEIMER: 1985, p. 35) sendo necessário o seu controle. As técnicas oriundas dos novos tempos e a conseqüente produção em série teriam, também, a função disciplinadora da arte-que-subverte impondo a esta última a sua ditadura; o espaço de

¹⁸ É difícil fazê-lo, considerando o receptor passivo: apresentar-se-á esta argumentação mais adiante.

liberdade criativa interior de um mecanismo de opressão e liquidação do indivíduo precisa ser anulado. Daí o controle da música, especificamente, através da padronização das formas e conteúdos. Dentro deste mesmo argumento, parece conveniente questionar o alcance dos instrumentos da Indústria de Entretenimento dentro das manifestações artísticas desde à época de Adorno, pois o *jazz* tornou-se música séria dando lugar a outras manifestações musicais com características de consumo assaz semelhantes às da música ligeira, como o *rock'n roll* e a música *pop*. Outro autor afirma, inclusive que especialmente o *jazz* perde espaço de mercado para o *rock* (HOBSBAWM: 1996, p. 13).

Apesar de Adorno não aludir à possibilidade de grandes modificações dentro da rígida estrutura da Indústria do Entretenimento, tem-se a gradativa substituição da preferência da juventude do *jazz* e variações da Música Ligeira por um novo estilo, o *rock'n'roll*. Aproximadamente vinte anos depois Hobsbawm indica pelo menos três inovações do *rock'n'roll* em contraste ao *jazz*, que irão remeter outros questionamentos.

A primeira inovação seria tecnológica. O *rock*, segundo Eric J. Hobsbawn, seria o grande gênero propagador das inovações técnicas da época (como instrumentos elétricos e novas técnicas de gravação), diferenciando-se do *jazz* e da Música Ligeira, pois estas utilizavam de instrumentos acústicos; o segundo aspecto a se destacar, estaria na noção de conjunto, que, de acordo com aquele autor, diferenciar-se-ia das *big bands* da época, resumindo-se ao formato de *combo*, contrabaixo e guitarras elétricas e bateria acústica, podendo ter ou não o uso do órgão eletroacústico; e, por último, graças à sua inicial simplicidade, o *rock* tinha um “ritmo insistente e palpitante” (HOBSBAWM: 1996, pp. 20-1) com um apelo maior que o *jazz*, a este tempo, estava a se tornar mais complexo no plano dos arranjos.

A compreensão desta música, o *rock*, bem como a lenta substituição do *jazz*, no âmbito da preferência dos jovens do pós-guerra do hemisfério norte, perpassa algumas de suas características mais evidentes, mas de forma alguma únicas ou determinantes. Entenda-se o *rock'n'roll*, inicialmente, como variante da combinação da música negra, especificamente norte-americana, com os ritmos e instrumentais ocidentais, à semelhança do *jazz* e do samba e outras variantes latino-americanas; deve-se acrescer ainda no plano melódico que, no caso específico do *rock'n'roll*, haveria a utilização simplificada de acordes básicos do *rhythm'n'blues* daquele mesmo país, mais especificamente no sul dos Estados Unidos (HOBSBAWM: 1996, pp. 16-7; 51-2). Uma vez urbanizada e popularizada entre as classes médias urbanas soma-se uma última tipificação usual acerca do *rock* – a de sua urbanidade, pois na cidade este novo estilo encontraria um meio propício à sua disseminação. A

adaptabilidade aos outros estilos, graças, em parte, à sua estrutura simplificada aliada aos mecanismos da Indústria de Entretenimento, tornou facilitada a sua difusão em outros países, inclusive de origem diversa à anglo-saxônica.

Tem-se o hábito de superestimar, numa busca adâmica, uma ou outra influência determinante na formação da maior parte dos ritmos e melodias africanas tanto no *jazz* como no *rock*:

Vale a pena ressaltar, da maneira mais clara possível, que nenhum desses elementos musicais precisa necessariamente estar ligado à raça, no sentido biológico do termo. Não existe prova que o senso rítmico do negro seja ‘inato’: é adquirido, como tudo o mais.¹⁹

Após o seu inicial evidenciamento pelos setores midiáticos nos Estados Unidos na década de cinquenta, o *rock*, juntamente com inúmeras outras manifestações musicais ainda daquele país – *country*, *gospel*, *soul music*... coexistindo com as *big bands* e o *jazz* de várias vertentes – sempre aliado com a Indústria de Entretenimento²⁰, seria cunhado um termo mais abrangente, o *pop*, como uma abreviação de *popular music*, mais largamente utilizado nos fins dos anos 60.

A paulatina substituição do *jazz* e da música ligeira pelo *rock* como música das massas durante os vinte anos seguintes à publicação do *Fetichismo na Música*... conduz a questionamentos sobre algumas propostas de Adorno. Uma delas se apresenta de forma algo elementar: ora, se a Indústria de Entretenimento padroniza as obras, ela torna possível a emergência, no sentido de evidência midiática, da música *rock* em detrimento do *Jazz* e da Música Ligeira? O que estaria invalidando a sua proposição no plano de sua teorização? Pertinente, Adorno tratava sobre a padronização das obras de Arte nos tempos de produção em série assim como a profanação de sua natureza libertadora. Mas este considerou o público como receptor *passivo* da influência dos *mass media*, detalhe este que explicaria (não de todo) a possibilidade de aparecimento e mesmo de assimilação de outras manifestações artísticas fora dos tentáculos da Indústria do Entretenimento.

Ao desconsiderarmos a passividade do ouvinte, tem-se a possibilidade de contestação às várias formas da ordem vigente, mesmo que oriunda de uma manifestação ‘depravada’. Certamente esta suposta contestação não foi – em parte por conta dos mecanismos desnudados por Adorno – e não é das massas como um todo. A Audição Regressiva sem dúvida é uma prática, considerando os mecanismos de cooptação da Indústria de

¹⁹ Esta enfática intervenção relacionada inicialmente aos primórdios do *jazz* e suas raízes que passam pelo *rhythm and blues* e *gospel* encontra-se em HOBBSAWM: 1996, p. 52.

²⁰ Que, nessa época, Adorno provavelmente já iria se referir como Indústria Cultural, em oposição a uma suposta Cultura de Massas.

Entretenimento com inúmeros exemplos. Mas desconsiderar a possibilidade de resemantização da arte por parte do ouvinte-consumidor, é inviável nos últimos decênios do século XX, mesmo à época de Adorno. Mas, como foi comentado em parágrafo anterior, talvez aquele autor não tivesse elementos para perceber mais características de sua época, assim como os intelectuais contemporâneos²¹, não passando em brancas nuvens para Roger Chartier nos fins dos anos 70, que comentaria, de forma algo irônica, a univocidade deste mecanismo emissor → receptor:

A inteligência do consumidor é (para retomar uma metáfora de uma pedagogia antiga) como cera mole onde se inscreveriam de maneira bem legível as idéias e as imagens forjadas pelos criadores intelectuais. (...) Esta separação radical entre produção e consumo leva assim a postular que as idéias ou as formas têm um sentido intrínseco, totalmente independentes da sua apropriação por um sujeito ou por um grupo de sujeitos. (CHARTIER: 1988, p. 58)

A Música Ligeira, o *jazz*, o *rock*, a música *pop*: podem sem dúvida produzir reações no público consumidor totalmente adversas, variando da Audição Regressiva, sem dúvida, mas também podendo incitar tomadas de consciência em diferentes épocas do século XX.

WHEN WE ROCK, WE ROCK, WHEN WE ROLL, WE ROLL

Segundo Hannah Arendt, a sociedade sempre pressionou e oprimiu o indivíduo de diversas maneiras. Até o advento da sociedade de massas, existiam diversas válvulas de escape por onde o indivíduo fugia dessas pressões. Contudo, ao abarcar todos os segmentos sociais, a sociedade de massas fechou essas rotas de fuga:

A estória de um conflito entre a sociedade e seus indivíduos tem-se repetido com frequência, tanto na realidade como na ficção; o indivíduo moderno (...) constitui parte integrante da sociedade contra a qual ele procura se afirmar e que tira sempre o melhor de si. (...) Isso foi expresso no romance através da conhecida glorificação dos trabalhadores e dos proletários, mas, de maneira mais sutil, também no papel conferido aos homossexuais (em Proust, por exemplo) ou aos judeus, isto é, a grupos que a sociedade nunca absorvera completamente [até então] (ARENDR: 2001, pp. 251-2).

²¹ Esta afirmação refere-se à virtual incapacidade do Historiador de aperceber-se do momento histórico em que vive: pelo simples motivo que este, assim como qualquer ser humano, está constantemente sendo entrecortado por símbolos, signos, eventos que o impossibilitam de ter um entendimento distanciado – ele está imerso neste entendimento, fazendo parte inseparável do mesmo.

O fenômeno da Contracultura, nas décadas de 50 e 60 do século XX, nas figuras dos *beatniks*²² e *hippies*²³, representou mais uma tentativa de escape do indivíduo da sociedade massificada. Diante de uma sociedade moderna – baseada na racionalização –, a contracultura tentou um escape pela via romântica, privilegiando as sensações. Naturalmente, os segmentos sociais mais oprimidos possuíam preocupações mais urgentes, como a sobrevivência. Daí podemos afirmar que esse movimento foi característico das classes mais privilegiadas. O principal centro irradiador da contracultura foi, também, o país mais abastado pós-II Guerra Mundial: os Estados Unidos.

A *Beat Generation* foi marcada pelo inconformismo frente ao *American Way of Life*. Este modo americano podia ser traduzido nos anos 50 e 60 como uma aspiração a símbolos de conforto material (casa no subúrbio, carro na garagem, filhos na universidade...). Os *beats* tinham poucas certezas. Uma delas era que eles não queriam se adequar a essa sociedade consumista. O estilo musical preferido dos *beats* era o *jazz bebop*. O *jazz* é composto por duas partes fundamentais: o tema e o improviso. Podemos definir este, de modo simplório, como variações melódicas em cima do tema. O *Bebop* – do qual podemos evocar grandes representantes como Charlie Parker e Dizzie Gillespie – levava o improviso até os limites mais audaciosos.

No âmbito literário, dentre diversos destaques, Allen Ginsberg e Carl Solomon – que se conheceram num hospital psiquiátrico – publicaram várias poesias que exprimiam suas angústias e anseios. O poema *Howl* [Uivo], escrito por Ginsberg e dedicado a Solomon, começava de modo estridente:

Eu vi os expoentes da minha geração destruídos pela loucura, morrendo de fome, histéricos, nus,
arrastando-se pelas ruas do bairro negro de madrugada em busca de uma dose violenta de qualquer coisa,
hipsters com cabeça de anjo ansiando pelo antigo contato celestial com o dínamo estrelado da maquinaria da noite,
que pobres, esfarrapados e olheiras fundas, viajaram fumando sentados na sobrenatural escuridão dos miseráveis apartamentos sem água quente, flutuando sobre os tetos das cidades contemplando *jazz*, (...) (GINSBERG: 1999, p. 27).

A publicação do livro de Jack Kerouac, *On The Road*, ao final da década de 50, foi um grande marco para os *beatniks*. À medida que divulgou o estilo de vida dos *beats*, *On The Road* também foi responsável pela sua massificação. Tornou-se ‘moda’ usar uma boina,

²² O termo *beatnik* era, à época, pejorativo. Originou-se de *beat* [batida], relacionada ao *jazz*, e do nome do primeiro satélite artificial lançado pela União Soviética, *Sputnik*. Qualquer coisa estranha ou bizarra [*freak*] era acrescida de *nik* ao final.

²³ Forma abreviada de *hipster*, termo que designava os marginais boêmios das grandes cidades norte-americanas.

óculos escuros, cavanhaque e declamar poemas com pontuação esdrúxula e acompanhamento musical. Até a revista *Playboy* lançou uma coleção de ensaios com modelos denominado “A garota *Beat* do mês”, apenas para explorar o potencial comercial do tema.

A geração seguinte de contestadores foram os *hippies*, durante a década de 60. Se o *jazz* era a música dos *beatniks*, o *rock’n’roll* era a música dos *hippies*. As letras do *rock* tornaram-se mais complexas, politizadas – principalmente com a influência de Bob Dylan – e psicodélicas (tratavam do caos, desordem e expansão das sensações). As primeiras gravações da banda inglesa *The Beatles* – a primeira representante da chamada invasão inglesa – tinham como influência músicos como Chucky Berry e Little Richards, cujas letras tratavam de carros velozes e meninas de 16 anos; a partir de 1967 eles tornaram suas letras cada vez mais elaboradas – destacando-se aí os discos *The White Album* e *Sargent Pepper’s Lonely Hearts Club Band*. O ponto alto da música de contestação na década de 60 esteve centrada nos grandes festivais – ironicamente, sem a participação dos *Beatles* e dos *Rolling Stones* – cujo grande epítome foi *Woodstock*. Interligados a toda essa trama, estavam diversos movimentos sociais, com um grande conteúdo político: tanto os movimentos pelos direitos de setores excluídos – estudantes, negros, mulheres ou homossexuais – quanto movimentos pela paz – contra a Guerra do Vietnã e a corrida armamentista.

Em contraste com o *rock* da década anterior, a primeira metade dos anos 70 assistiu ao surgimento de dois estilos diferentes – dentre tantos outros. O *rock* progressivo, calcado na utilização de diversas texturas musicais, representado principalmente pelas bandas inglesas *Pink Floyd* e *Yes*. O *hard rock*, que possuía duas grandes influências: a guitarra desconcertante de Jimi Hendrix e *bluesmen* como Willie Dixon e Muddy Waters. Os grandes representantes do *hard rock* também eram ingleses: *Deep Purple*, *Led Zepellin* e *Black Sabbath*. Entre essas duas décadas, cerca de três quartos dos discos vendidos no mundo ocidental eram *rock’n’roll*. O vestuário *hippie* já havia virado moda. Assim como a *Beat Generation*, a geração ‘Paz e Amor’ também foi absorvida pela Indústria Cultural.

ALTERNATIVO OU *MAINSTREAM* ?

A variedade das formas de apropriação da música *rock & pop* torna-se com a proximidade do tempo presente, mais e mais confusa a um suposto observador onipresente aos eventos da grande mídia dos últimos trinta anos: O mesmo iluminismo que liberta, também escraviza pela técnica e produção em série, como foi aventado em momentos anteriores deste artigo, dado esse que viria a produzir situações paradoxais na música pop. Os

elementos controversos, questionadores do *rock & pop* – divulgação de novas atitudes, comportamentos, idéias contrárias à ordem vigente, dentre tantos aspectos a se destacar – repetiram um ciclo básico observável neste mesmo período. Tem-se, inicialmente, um período anterior ao evidenciamento, em que um dado movimento musical vem a ser gestado, num dado segmento social, normalmente dos estratos jovens (HOBBSAWM: 1996, pp. 236 e segs.). Forma-se a cena musical²⁴ em questão; tem-se uma relativa aceitação deste mesmo público local: uma dada facção da Indústria do Entretenimento, então, ‘descobre’ a suposta movimentação, seu ineditismo e pontos de identificação com outros grupos, ou mais precisamente a sua viabilidade comercial. Esta mesma facção passa a investir neste novo manancial criativo divulgando os elementos comercialmente viáveis deste novo produto, como a música, as atitudes, ou mesmo a vida pessoal do artista²⁵, até a exaustão²⁶ ou até a próxima tendência²⁷. Neste sentido, o chamado *rock alternativo* tem uma função essencial neste modelo.

É difícil afirmar com precisão as primeiras expressões deste tipo de música, mas pode-se dizer que, se existe uma corrente principal de música popular ou qualquer outra manifestação artística (o chamado *mainstream* no caso musical), aceita por uma grande maioria tem-se necessariamente outros grupos diversos, alternativos. Neste caso é assaz enganoso perceber os seres humanos somente como ‘cera mole’ das tendências musicais. E é o que acontece com o *rock*. Uma vez um certo manancial estando esgotado, literalmente a Indústria procura alternativas ou variações do sucesso anterior. Exemplos são inúmeros: à época dos *Beatles*, haviam grupos pouco conhecidos, na época, que viriam a freqüentar a grande mídia anos depois, ou mesmo décadas depois – como referencial criativo de outros grupos de sucesso. Estes grupos eram variadíssimos, como *The Stooges*, *MC5* (que à época dos *hippies* traziam um tipo de som pesado, algo violento em comparação à mensagem de paz e amor) e mesmo *The Doors*, que viria a alcançar um sucesso imenso no Brasil graças a um longa metragem nos anos 90. Na década de setenta, junto com o *rock* ‘sinfônico’ progressivo, havia grupos como *Velvet Underground*, *Ramones* no cenário novaiorquino, o *glam rock* de David Bowie e de grupos como *T-Rex* (no caso inglês) com temáticas e melodias totalmente

²⁴ Cena musical entende-se pelo circuito musical, pelas atividades de conhecimento ou pela participação de um público local, com *shows* de *rock* e a cobertura da imprensa local.

²⁵ Um exemplo clássico desta afirmação encontra-se na obra *Erótica* da artista *pop* Madonna (1992), na qual acima de tudo vendeu-se a suposta vida sexual escandalosa desta mesma cantora, mas nada de forma explícita, o que tornou as coisas ainda mais aceitáveis, naquele momento.

²⁶ A exploração do fenômeno pop vai a um sem-número de produtos como LPs, DVDs, CDs (novos ou velhos, podendo atingir preços astronômicos), instrumentos musicais, camisetas, todo um conjunto de quinquilharias, como bonequinhos, fotos e matérias de revistas, programas de televisão, *shows*.

²⁷ O que não significa de forma alguma que a indústria do entretenimento não tenha seus produtos planejados de origem diversa a alternativa, mas sem dúvida inspirada nesta. vide por exemplo as *boy bands* dos anos 90 e duplas variadas de música *pop*.

diversas ao da moda vigente então. Isso, é claro, sem contar com o *punk rock* que viria a ser deflagrado em vários pontos do planeta nos fins dos anos setenta. Nos vinte anos seguintes, pode-se recordar outras tendências alternativas que tornaram-se referência para os padrões de moda: o *new rock* inglês e suas subdivisões (criadas pela escandalosa imprensa britânica), o *new wave*, o neopsicodelismo, o gótico, o *tecnopop*, o *synth pop*; *acid house* (fins dos anos 80) *tecno* (início dos 90) e suas variações como o *jungle*, o *drum'n'bass*, *eletro*, *ambient* e tantas outras variantes.

Os elementos que se destacam na campanha publicitária destes novos produtos podem ser inclusive contrários aos valores defendidos pela indústria do entretenimento, tornando-se por sua vez, fetiches a serem adquiridos, como foi visto no caso dos *beatniks* e no movimento *hippie*; isto não importa, pois estes mesmos valores contestatórios são devidamente esvaziados de seu sentido inicial, são depravados. Entretanto, é um erro achar que todos os consumidores se apropriem de sentidos esvaziados ao gosto da Indústria numa relação unívoca. Artistas como Cazuza ou Renato Russo, não trouxeram à evidência, por exemplo, a temática da homossexualidade e a AIDS entre os adolescentes e jovens por exemplo? Até que ponto a temática de suas letras não instigaram perguntas àquele segmento específico, sobre os mais variados assuntos de relevância? Dois casos interessantes de tendências antisistêmicas alternativas, o *punk rock* dos fins dos anos 70 e o *rock* dos anos 90, merecem nesse sentido um certo destaque sobre algumas atitudes e o tratamento feito pela mídia.

Para Silvio Essinger, o movimento *punk* tem características marcantes em relação aos outros fenômenos *pop* do século XX:

Um dos fenômenos *pop* de mais difícil caracterização, o *punk* carrega em si uma série de contradições. Tido mais de uma vez como o salvador do *rock* (nas vezes em que este se entregou a à acomodação e ao jogo da indústria fonográfica), ele traz consigo uma carga de negatividade e de contestação do *status quo* que inviabiliza sua própria sobrevivência – uma vez que se estabelece com fenômeno de massa, já não é mais *punk*, acabou. Desde o princípio atrelado à mídia (as histórias de violência e ultraje sempre foram um prato cheio, como podemos ver em tablóides e programas de TV sensacionalistas), o *punk* no entanto luta para destroçá-la em sua base, em prol de uma cultura *pop* alternativa, que só passou a existir depois que ele cavou os seus meios ideais de expressão – *fanzines*, selos fonográficos próprios, redes paralelas de informação e um circuito próprio de shows. Ele é o anti-*mainstream*. (ESSINGER: 1999, p. 20)

Surgido nos fins dos anos setenta na Inglaterra (curiosamente) a partir de um golpe publicitário do produtor Malcolm McLaren com o lançamento de um grupo de *rock* básico com letras agressivas e com a indumentária da então desconhecida Vivienne Westwood, o *punk rock* do grupo *Sex Pistols* viria a tomar frente a uma tendência *underground* inglesa, que

alguns acreditam (!) ter origem nas facções mais radicais dos remanescentes dos *hippies*²⁸. O conteúdo do movimento *punk* é, em sua essência, a contestação dos valores vigentes não só na música *pop* mas em vários outros setores da sociedade capitalista. A indústria de entretenimento era questionada sobre seus produtos: os *punks* passariam a produzir seus próprios discos e ter a sua própria mídia (*fanzines*, que são publicações de baixa qualidade editorial, e ricas em informações sobre bandas, política e vários outros temas não abordados de maneira diversa pela grande imprensa). A expressão inglesa da época era bastante reveladora sobre a atitude do *punk*: *do it yourself*, ou Faça Você Mesmo, em oposição à música padronizada. A respeito disso Joey Ramone, vocalista dos *Ramones*, afirmou:

Quando eu era novo, os discos que eu ouvia tinham 12, 14 faixas cada um. Em [19]76 só tinha uma música em cada lado, com um monte de solos de guitarra e teclados insuportáveis. Nós reembalamos o *rock*, jogamos o lixo fora e começamos tudo do zero. Botamos só o que interessava: diversão, suor, emoção energia. Nós fizemos o *rock'n'roll* grande novamente (BARCINSKI: 1992, p. 72).

A origem inglesa é, naturalmente, questionável. Mas alguns pontos da elaboração de Essinger são bastante interessantes a serem destacados, em especial a sua característica de contestação de uma certa ordem social. Na esteira de grupos como *Sex Pistols* (Inglaterra), *Ramones* e *Dead Kennedys* (respectivamente de Nova Iorque e São Francisco, Estados Unidos), Ratos de Porão, Cólera (São Paulo, Brasil)²⁹ pode-se considerar o evidenciamento de um viés dos jovens do ocidente na década de oitenta. Mas esta relação é intrinsecamente paradoxal: os *Ramones* por exemplo foram transformados representação *pop* da rebeldia adolescente, enquanto o vocalista do Ratos de Porão é hoje apresentador da toda-poderosa MTV. São estes, como o diz o movimento *Punk*, ‘vendidos’? Não. O paradoxo do *punk* está também aí – não existem ‘vendidos’; outrossim, todos são produtos.

Os anos 90 viriam sem dúvida endossar, de forma mais diversificada, a variedade criativa do(s) circuito(s) alternativo(s) em vários pontos do mundo ocidental. No Brasil, por exemplo, o início desta década foi marcado em manifestações de vários tipos de combinações de sons, extrapolando os modelos de *Rock* de procedência inglesa ou norte-americana e evidenciando o caráter híbrido daquele estilo, desenvolvendo várias facetas, misturando desde Maracatu, passando pelo samba, bossa nova e mesmo a música cafoná³⁰. No caso americano, houve uma grande reviravolta no destaque ao circuito alternativo de várias localidades,

²⁸ Atribui-se esta proposição ao grupo de *rock* e organização inglesa CRASS.

²⁹ É óbvio que aqui não cabem todos os grupos mais influentes do movimento *punk*: simplesmente citamos alguns deles.

³⁰ Basta lembrar de grupos como Chico Science & Nação Zumbi, Virgulóides, as experimentações do Dj Patife com a cantora Célia Porto e por último o fenômeno de vendas, Mamonas Assassinas.

inicialmente em Seattle com grupos como *Nirvana*, *Pearl Jam*, *Alice in Chains* e espalhando-se pelo resto daquele país. Nos Estados Unidos, inclusive, a diversidade de frentes de atuação da grande mídia atingiu níveis inimagináveis aos parâmetros concebidos pelos Frankfurtianos. Jean Chesneaux aponta os números do consumo alcançados por aquele país³¹, e sem dúvida esta prática consumista chegou, na verdade sempre esteve, junto às artes em geral e na música em particular a níveis a cada ano mais assustadores. A prática da Indústria do Entretenimento, de aproveitar o máximo do artista até à exaustão, através de entrevistas, turnês³² (de 12, 18 até de 24 meses), sessões de fotos, estádios lotados, além de vulgarizar ao extremo algumas propostas inicialmente pertinentes, acabam por digerir o artista em seu interior. Os exemplos nos últimos quinze anos apresentam-se como uma seqüência de ascensões-e-quedas de grandes fenômenos *pop*, num circuito em que poucos sobrevivem. Grupos como *Guns'n'Roses* e *Bon Jovi*, depois de um breve período de superexposição na mídia, simplesmente se desfizeram. O grande exemplo dos anos 90, o grupo *Nirvana*, desfez-se de maneira drástica ante o suicídio de seu vocalista em 1994: não suportou os rumos de sua carreira. Ante a aparente fragilidade dos novos ídolos recorre-se mais uma vez ao passado plural 'resgatando' antigos sucessos: revivais de grupos extintos como *Pink Floyd*, *Fleetwood Mac*, ou oportuno retorno à evidência do *Aerosmith*, e isso sem contar a exploração da intimidade dos artistas como mercadoria, às vezes consentida, como no caso do seriado *The Osbournes*. O indivíduo e a arte são então desmoralizados através do sucesso em praça pública ante a pressão da Indústria de Entretenimento?

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Theodor W. 1975. "O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição". In *Os Pensadores*. Tradução de Luiz João Baraúna. São Paulo: Abril Cultural, pp. 173-99.
- _____. & HORKHEIMER, Max. 1985. "A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas". In *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, pp. 113-56.
- ARANTES, Paulo Eduardo. 1999. "Adorno: vida e obra". In *Os Pensadores*. São Paulo: Nova Cultural, pp. 05-11.
- ARENDT, Hannah. 2001. *Entre o Passado e o Futuro*. Tradução de Mauro W. Barbosa de Almeida. 5ª edição. São Paulo: Editora Perspectiva.

³¹ "Pode-se avaliar em 43% dos recursos do mundo onde o consumo 'necessário' (de fato desperdiçado) de somente 6% da população do mundo, a saber, a população dos Estados Unidos" (CHESNEAUX: 1995, p. 118).

³² Viagens de divulgação de lançamentos musicais.

- BARCINSKY, André. 1992. *Barulho – uma viagem pelo underground do rock americano*. São Paulo: Paulicéia.
- BOSI, Alfredo. 1994. *Dialética da Colonização*. 2ª edição. São Paulo: Cia. das Letras.
- CHARTIER, Roger. 1988. *História Cultural : Entre Práticas e Representações*. Tradução de Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL.
- CHESNEAUX, Jean. 1995. *Devemos fazer tabula rasa do Passado? Sobre a historia e os historiadores*. São Paulo: Ed. Ática.
- ESSINGER, Sílvio. 1999. *Punk – A anarquia planetária e a cena brasileira*. São Paulo: Editora 34.
- GINSBERG, Allen. 1999. *Uivo e Outros Poemas*. Tradução de Cláudio Willer. Porto Alegre: L&PM.
- HABERMAS, Jürgen. 1975. “Técnica e Ciência Como ‘Ideologia’”. In *Os Pensadores*. Tradução de Zeljko Loparié. São Paulo: Abril Cultural, pp. 303-33.
- HOBBSAWM, Eric J. 1996. *História Social do Jazz*. Tradução de Ângela Noronha. São Paulo: Paz e Terra.
- JAUSS, Hans-Robert. 2001. *Pour Une Esthétique de la Réception*. Traduit par Claude Maillard. Paris: Gallimard.
- LARKIN, Colin. 1997. *The Virgin Enciclopédia of Popular Music – concise edition*. London: Virgin Books.
- MARX, Karl. 1985. “A Mercadoria”. In *O Capital – Crítica da Economia Política*. Tradução de Régis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Nova Cultural, pp. 45–78.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. 1991. “Ensaio Sobre a Origem das Línguas / Como Se Degenerou a Música”. In *Os Pensadores*. São Paulo: Nova Cultural, pp. 147-99.
- ROUANET, Sérgio Paulo. 1987. *As Razões do Iluminismo*. São Paulo: Cia. das Letras.