

A música, os meios de comunicação de massa e a educação musical: um contraponto entre Adorno e Morin

Rodrigo Serapião Batalha [1]

De acordo com Dias (2000), “Se não se pode afirmar que todo mundo gosta de música, é possível considerar que grande parte dos cidadãos consome música” (DIAS, 2000, p. 15). Esse processo de ‘consumo musical’ ocorre dentro daquilo que Adorno e Horkheimer, em 1947, chamaram de “Indústria Cultural”, um termo proposto em oposição a outro já utilizado anteriormente pelos autores – “cultura de massas” – para que o conceito não fosse confundido como uma cultura produzida pelas massas (HORKHEIMER; ADORNO, 2002). O surgimento dessa expressão se fundamenta na crítica dos autores aos mecanismos de produção e difusão de bens culturais em escala industrial que, assim como na indústria de bens de consumo, reproduz a ideologia da sociedade capitalista em submissão à lógica do mercado.

Justamente por esses mecanismos que envolvem a produção e a difusão culturais, que Adorno e Horkheimer vieram problematizar que é produzido e difundido através dos meios de comunicação de massa no âmbito da Indústria Cultural. Assim, os autores analisam que, no capitalismo tardio, o tempo de lazer funciona como uma extensão da jornada laboral destinado a proporcionar um alívio provisório dos processos de trabalho mecânico, através do consumo de produtos de divertimento que favorecem as condições para se enfrentar uma nova jornada. A questão da escolha e da tomada de decisões em relação à formação estética do gosto é relativizada nessa, pois se considera que um dos efeitos da Indústria Cultural é encaixar os seus consumidores em categorias, onde a intenção de escolha é antecedida por uma divisão prévia de nichos para diferentes produtos culturais. Assim, assumindo a função social de entretenimento e alienação, os produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação de massa acabam por gerar um tipo de relação entre produto e consumidor onde, por exemplo, “Desde o começo é possível perceber como terminará um filme, quem será recompensado, punido ou esquecido; para não falar da música leve em que o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação, e sentir-se feliz quando ela ocorre” (HORKHEIMER; ADORNO, 2002, p. 15).

Segundo os autores, na sociedade do século XX, imersa na Indústria Cultural, “Aquilo que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca, em lugar de prazer estético penetra a ideia de estar em dia; em lugar de compreensão, ganha-se prestígio” em outras palavras, “O valor de uso da arte, o seu ser, é para os consumidores um fetiche, a sua valoração social,

que eles tomam pela escala objetiva das obras, torna-se o seu único valor de uso, a única qualidade de que usufruem” (HORKHEIMER; ADORNO, 2002, p. 65). Nesse sentido, não é elemento artístico em si, com suas características e particularidades, que é focado em primeiro plano, mas sim outros fatores adjacentes que compõe o quadro do mercado de consumo dos produtos culturais. Dentro de tal processo, o ‘consumidor’ encontrar-se-ia abstraído da capacidade de escolha e decisão, alheio aos mecanismos que ocorrem nos bastidores da produção e difusão dos produtos culturais.

Ao abordar especificamente a música, Adorno já havia escrito, juntamente com Simpson, em 1941, que “Um julgamento claro no que concerne à relação entre música séria e música popular só pode ser alcançado prestando-se estrita atenção à característica fundamental da música popular: a estandardização” (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 116). Adorno e Simpson analisam, por exemplo, a velocidade com que um produto cultural se torna ultrapassado: “Isso coloca a questão de saber se possivelmente a mudança de efeito pode ocorrer completamente devido aos objetos em si mesmos, ou se a mudança precisa ser ao menos em parte atribuída à vontade das massas” (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 141). Eis a reflexão dos autores em relação a essa questão:

Uma explicação adequada, que pode ser apresentada mesmo sem entrar em questões que requeiram interpretação psicanalítica, é a seguinte: gostos que tenham sido impostos aos ouvintes provocam desforra no momento em que a pressão é relaxada. Os ouvintes compensam sua ‘culpa’ por terem tolerado o sem-valor, tornando ridículo. Mas a pressão só é relaxada quando são feitas tentativas para impingir alguma ‘novidade’ ao público. Assim, a psicologia desse efeito de trivialidade é reproduzida sempre de novo, podendo continuar indefinidamente. (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 142)

No entanto, entendemos que a adoção *in totum* da perspectiva de Adorno e Simpson [1941] e Adorno e Horkheimer [1947] a respeito da relação entre público/ouvinte e cultura/música não nos parece suficiente para conferir um tratamento suficiente à relação entre música e sociedade a partir do século XX, assim, um contraponto se faz necessário e o encontramos em Morin [1975]. Destacamos que com esse contraponto não pretendemos dispor Adorno e Morin em campos opostos, visto que Morin não parte em defesa da Indústria Cultural.

Para Morin, “... o termo ‘cultura do século XX’ lhes evoca [aos cultos] imediatamente não o mundo da televisão, do rádio, do cinema, dos comics, da imprensa, das canções, do turismo, das férias, dos lazeres, mas Mondrian, Picasso, Stravinsky, Alban Berg, Musil, Proust, Joyce” (MORIN, 1997, p. 16). O autor levanta questões tais como “... antes de perguntarmos se a cultura de massa é na realidade como a vê o culto, é preciso nos perguntarmos se os valores da ‘alta cultura’ não são dogmáticos, formais, mitificados, se o ‘culto da arte’ não esconde muitas vezes um comércio superficial com as obras (MORIN, 1997, p. 18-19). O autor propõe que os meios de comunicação de massa podem assumir uma perspectiva democratizante para a cultura cultivada, onde obras de Bach, Sartre ou Picasso, por exemplo, seriam muito mais difundidas. Por outro lado, Morin observa que, “Contudo, fidelidade e traição em relação à obra, popularização e degradação da cultura se desenvolvem no interior de uma mesma corrente” (MORIN, 1997, p. 56). Cabe ressaltar que o autor transcende o entendimento de cultura de massas (para as massas) como um fenômeno característico do século XX ao identificar na tipografia

a sua gênese “A tipografia inaugura o que poderíamos chamar de páleo-cultura de massa, no sentido de que ela atrai um lento movimento de democratização da cultura clássica (greco-latina-cristã) e que ela sustenta a cultura burguesa” (MORIN, 1997, p. 56).

Como se observa, as discussões de Adorno (junto com Horkheimer ou Simpson) e Morin perpassam o desencontro entre a cultura popular (projetada através da cultura de massas – ou seja, para as massas) e a cultura tradicional. Mas como compreender essas reflexões transpondo nosso olhar para a educação musical? A esse respeito, Forquin e Gagnard (1982) consideram que

... há de se reconhecer que a lógica de consumo (subordinação da difusão cultural à lei do mercado, crescente integração das mensagens culturais nas mensagens publicitárias, permanente acréscimo – até a saturação – de estímulos emocionais a fim de obter um pouco de atenção do prezado cliente, do consumidor bem-amado, do ouvinte-espectador anônimo, porém tão delicadamente pessoal!) esta dinâmica indefinida da saturação-insatisfação, representa um fator extraordinariamente poderoso – embora talvez equívoco – de nivelamento sensorial e de normalização unidimensional da cultura (FORQUIN; GAGNARD, 1982, p. 67-68, grifo no original).

E mais adiante, os autores ainda questionam: “O que pode fazer a escola, o que pode fazer a educação musical diante desta situação?” (FORQUIN; GAGNARD, 1982, p. 68). Considerando o peso exercido pelos meios de comunicação de massa na vida cotidiana e a análise crítica dos processos de produção e difusão de música, poderíamos nos inclinar, precipitadamente, a pensar que a resposta para a questão de Forquin e Gagnard residiria em uma tentativa de promover a substituição das referências musicais dos alunos por aquilo que seria a “boa música”. Entretanto, é preciso levar em conta que, no âmbito da educação em geral, uma questão que tem sido amplamente discutida, e que também tem assumido papel central nas reflexões sobre currículo, diz respeito à relação entre cotidiano e escola. Segundo Oliveira (2008),

É preciso deixar claro que a democratização dos saberes não é apenas a democratização do acesso a determinados saberes sistematizados e estruturados numa ordem reconhecida, (...) mas também, e sobretudo, a democratização das relações entre os diversos saberes numa perspectiva de revalorização social dos saberes chamados ‘não-formais’, ‘cotidianos’ ou do ‘senso-comum’ que integram nossas competências de ação social (OLIVEIRA, 2008, p. 128).

A própria Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB 9.394/96), em seu primeiro artigo, reconhece os múltiplos contextos que configuram a formação ao considerar que “A educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais”, e ainda, no artigo 3º, a “valorização da experiência extra-escolar” entre os princípios sobre os quais todo o ensino será ministrado (BRASIL, 1996).

A literatura atual na área de educação musical (v. Swanwick, 2003) acompanha essa perspectiva e aponta para a necessidade de se consolidar um diálogo permanente entre os saberes escolares e os saberes cotidianos, no sentido de que a escola e a

educação musical façam sentido para o aluno, sem uma ruptura indesejável com a sua vida cotidiana, ao mesmo tempo em que possam gerar transformações nesse cotidiano por meio do aprendizado e da aquisição de novos conhecimentos, competências e habilidades. Assim, nos deparamos com o fato de que parte considerável do cotidiano é vivenciada na relação com o que é produzido e difundido através dos meios de comunicação de massa, ou seja, lidar com o cotidiano em sala de aula é também lidar com a chamada Indústria Cultural em sala de aula. Assim, voltando à questão levantada Forquin e Gagnard, impõe-se um desafio para a educação musical hoje, a saber, lidar com o cotidiano musical de forma acolhedora e crítica. Acolhedora, mas não sob o caráter de uma reprodução simplista. Reconhecendo que o desenvolvimento musical se inicia nas próprias experiências do cotidiano, o que implica a legitimidade das experiências e das práticas musicais que são significativas no âmbito da vivência informal. Crítica, mas não sob o risco de se contemplar o repertório de gosto pessoal (vivenciado cotidianamente) como uma estratégia de ‘conquista’, para se ‘ganhar confiança’, e então, poder finalmente apresentar uma ‘música de qualidade’. Naturalmente, não se pretende com isso perpetuar o mesmo leque de referências musicais dos alunos, pois, sob uma perspectiva reflexiva e contextualizada, uma ampliação é necessária.

A partir do contraponto feito entre Adorno e Morin cabe ainda uma análise bastante atual produzida por Santaella (2003):

Até meados do século XIX, dois tipos de cultura se delineavam nas sociedades ocidentais: de um lado, a cultura erudita das elites, de outro lado, a cultura popular, produzida no seio das classes dominadas. O advento da cultura de massas a partir da explosão dos meios de reprodução técnico-industriais – jornal, foto, cinema –, seguida da onipresença dos meios eletrônicos de difusão – rádio e televisão –, produziu um impacto até hoje atordoante naquela tradicional divisão da cultura em erudita, culta, de um lado, e cultura popular, de outro. Ao absorver e digerir, dentro de si, essas duas formas de cultura, a cultura de massas tende a dissolver a polaridade ente o popular e o erudito, anulando suas fronteiras. Disso resultam cruzamentos culturais em que o tradicional e o moderno, o artesanal e o industrial mesclam-se em tecidos híbridos e voláteis próprios das culturas urbanas (SANTAELLA, 2003, p. 52).

Referências

ADORNO, W. T; SIMPSON, G. (1941). Sobre Música Popular. In: COHN, G. (Org.). Theodor Adorno: Sociologia. São Paulo: Ática, 1986.

BRASIL. Lei n. 9394, de 20 dez. 1996. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília: MEC, 1996.

DIAS, M. T. Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

FORQUIN, J. C; GAGNARD, M. A Música. In: PORCHER, Louis (Org.). L’Education Esthétique – luxe ou nécessité. São Paulo: Summus, 1982.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. (1947) A indústria cultural - o iluminismo como mistificação das massas. In: Indústria cultural e sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

MORIN, E. (1975). Cultura de Massas no Século XX. O Espírito do Tempo - 1 Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

OLIVEIRA, I. B. Boaventura & Educação. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

SANTAELLA, L. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SWANWICK, K (1999). Ensinando música musicalmente (Teaching music musically). Tradução: A. Oliveira e C. Tourinho. São Paulo: Moderna, 2003.

[1] Graduado em Música pela UFES e Mestrando em Música pela UNIRIO. Professor da Faculdade de Música do Espírito Santo e regente/coordenador da “Orquestra de Garrafas”, experiência reconhecida como uma das mais significativas em arte-educação pela OEI, o MEC e o MinC.