

SERIA POSSÍVEL UMA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO MUSICAL?

Notas iniciais sobre o desenvolvimento de um conceito

Fernando Gonzalez¹

Resumo

Este artigo pretende apresentar algumas notas e observações sobre o primeiro momento de desenvolvimento do conceito de Sociedade do Espetáculo Musical. Parte-se, para isso, de observações sobre a presença da música no dia a dia e seu uso como agregador social, assim como alguns dos diferentes papéis que ela parece desempenhar entre produtores e consumidores, de Tia DeNora, Sarah Thornton, Keith Negus e Will Straw.

Busca-se, em seguida, o conceito de Sociedade do Espetáculo, de Guy Debord, utilizado em paralelo aos comentários sobre a chamada indústria cultural, de Theodor Adorno e Max Horkheimer, assim como às contribuições de estudiosos da Escola de Frankfurt, como Rodrigo Duarte, Francisco Rüdiger e Cláudio Novaes Pinto Coelho. Compreende-se o conceito de Debord como uma forma de relacionamento entre as pessoas mediada por imagens da indústria cultural e estabelecida na fase do capitalismo avançado, na qual a lógica da mercantilização se estende a todos os aspectos da vida em sociedade (COELHO, 2006; DEBORD, 2009).

A música, por sua vez, é compreendida neste contexto como muito mais do que um bem simbólico; entende-se sua configuração como um ponto de confluência de uma coletividade de processos sociais, práticas de consumo, técnicas, discursos e modos de ser, gravitando em torno de diferentes dinâmicas de sociabilidade e de performance social (NEGUS, 1996; DENORA, 2000).

Considerando que grande parte das relações sociais na contemporaneidade se dá nos moldes da Sociedade do Espetáculo e que a música medeia diversos desses processos, busca-se explorar conceitualmente a possibilidade dessas relações, atravessadas pela música, se darem de forma similar à descrita por Debord, considerando a noção de imagens musicais – que surgiriam no indivíduo em decorrência ao estímulo musical – ancorada em apontamentos de Silvio Ferraz e Lia Tomás.

Por fim, pretende-se também refletir sobre as especificidades da música como produto da indústria cultural - entendendo que na atualidade talvez seja mais interessante considerar a coexistência de diversas indústrias culturais em torno dos diferentes ciclos de

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing, ESPM-SP. fernando.gonzalez@gmail.com

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

produção e consumo – à luz de comentários de Adorno, DeNora, Micael Herschmann e David Hesmondhalgh.

Palavras-chave: Comunicação. Música. Indústria Cultural. Sociedade do Espetáculo. Sociedade do Espetáculo Musical.