

# Mau gosto em primeira pessoa. Um diálogo com Nietzsche e Adorno

Verlaine Freitas<sup>1</sup>

## Resumo:

O objetivo do texto é fornecer uma leitura do conceito de mau gosto, considerando especialmente a problemática de sua aplicação em primeira pessoa. Focalizamos inicialmente a perspectiva de Nietzsche sobre o mau gosto, particularmente através da leitura de Mário Perniola. Na segunda parte, vemos como Theodor Adorno nega a pertinência do conceito de gosto para a atitude do consumidor de música massificada. Na última parte, apresentamos nossa concepção do mau gosto a partir do conceito de mediação reflexiva e inconsciente dos diversos níveis de prazer envolvidos no juízo estético.

## Palavras-chave:

Mau gosto; Nietzsche; Perniola; Adorno; cultura de massa.

## Abstract:

The purpose of the paper is to provide an interpretation of the concept of bad taste, especially considering the problems of its application in the first person. We focus initially on the perspective of Nietzsche on bad taste, particularly through the reading of Mario Perniola. In the second part, we see how Theodor Adorno denies the relevance of the concept of taste to the attitude of the mass music consumer. In the last part, we present our conception of bad taste through the concept of the unconscious and reflexive mediation of various levels of pleasure involved in aesthetic judgment.

## Key-words:

Bad taste; Nietzsche; Perniola; Adorno; mass culture.

Filósofos de correntes e tradições bastante distintas demonstram certa convergência em sua avaliação sobre o caráter problemático da categoria do gosto como princípio da reflexão filosófica sobre a experiência estética na contemporaneidade. Theodor Adorno, por exemplo, critica o teor elitista de tal categoria, chamando a atenção para sua origem histórico-social na diferença entre *court et ville*, em que o bom gosto seria uma espécie de marca daqueles que querem se distinguir em sua condição social e cultural superior. Além disso, aponta criticamente para a circunstância de que quem faz uso do conceito de bom gosto dificilmente o possui, emitindo seus juízos estéticos sem fundamentação em características objetivas das obras (AdM 182<sup>2</sup>). Mário Perniola, por sua vez, ao delinear uma estética do desgosto através da leitura de uma série de manifestações filosóficas, políticas e artísticas, também aponta para o caráter suspeito do gosto, que soa por demais “esnobe”, incapaz de articular um pensamento estético suficientemente robusto para dar conta da importância conferida à experiência da negatividade em diversos setores estéticos e políticos contemporâneos<sup>3</sup>. Segundo o autor italiano, a experiência com o que é abjeto, repugnante, pecaminoso, sofrido etc. é bem mais propriamente assimilável através da categoria do *desgosto*, presente, por

---

<sup>1</sup> Professor de Filosofia da UFMG. Pesquisador do CNPq. verlainefreitas@gmail.com

<sup>2</sup> “Anmerkungen über deutsches Musikleben”, referido no texto através da sigla AdM, seguida do número de página da edição alemã; cf. referências bibliográficas ao final para os detalhes da publicação. Todas as citações de textos de Adorno, exceto do artigo “Sobre música popular”, são de nossa própria autoria.

<sup>3</sup> Cf. Mario Perniola, *Desgostos*, pp.15 ss.

exemplo, em algumas colocações de Nietzsche. Outro autor, Roger Scruton, aponta o quanto a categoria do gosto é colocada em suspeição por uma mentalidade democrática, que gostaria de reservar a cada um o direito de emitir seu próprio juízo sobre o que lhe oferece ou não prazer. Sua objeção inicial a esse democratismo do gosto consiste em mostrar o quanto as preferências estéticas possuem consequências públicas, que interferem no espaço de convivência em comum, como é o caso das obras de arquitetura, tanto particulares quanto públicas.<sup>4</sup>

Nesse panorama, nosso interesse recai propriamente no conceito de *mau gosto*, considerado não prioritariamente como uma *deficiência* de nossa apreciação estética, como um *minus* de nossa habilidade de fruição de obras de arte, mas como resultado de um complexo de fatores subjetivos que confluem para um modo específico de ter prazer com objetos considerados esteticamente ruins. Pretendemos demonstrar a ideia de que o conceito de mau gosto não tem validade somente quando aplicado a outrem, mas também pela própria pessoa a si mesma.

Seguindo colocações de Perniola, veremos inicialmente alguns aspectos do posicionamento de Nietzsche sobre a relação entre o bom e mau gosto, passando então a delinear o posicionamento crítico de Adorno quanto ao significado do gosto para a consciência musical regressiva e reificada, concernente à música de cultura de massa. Na terceira parte de nosso texto, veremos em que consiste o nosso próprio posicionamento sobre a importância do mau gosto para conceituar a experiência estética.

Antes de nossas considerações teóricas propriamente ditas, é necessário esclarecer os limites de nossa abordagem, tanto em termos do plano estético em que o conceito de mau gosto será investigado, quanto também seu horizonte teórico. Vamos nos restringir às considerações sobre a *música*, deixando de lado outras artes, como literatura, cinema e teatro, em virtude do fato de que os dois autores com os quais dialogamos mais proximamente, Nietzsche e Adorno, tomam aquela arte como objeto de referência fundamental para o conceito de gosto. Uma vez que esta última noção, quando criticada, refere-se propriamente, nos escritos adornianos, à cultura de massa, é necessário dizer que optamos por não debatermos com outros posicionamentos teóricos sobre a música popular e de indústria cultural, pois fazer isso significaria não apenas ampliar em demasia nosso foco temático, quanto também modificá-lo, pois nossa perspectiva pretende centrar-se não em um esclarecimento teórico sobre o que configura e significa a música popular ou de cultura de massa, mas sim o conceito de mau gosto de forma mais geral. — Naturalmente, pode-se duvidar da pertinência dessa estratégia, levantando a questão da legitimidade de conceituar o mau gosto prescindindo da discussão sobre um objeto de julgamento estético específico. Cremos que nossa estratégia argumentativa, particularmente na terceira parte deste texto, trará elementos suficientes para legitimar tal opção.<sup>5</sup>

## I

No aforismo 77 de *A gaia ciência*, Nietzsche faz uma explícita defesa do mau gosto, que, segundo o filósofo,

---

<sup>4</sup> Cf. Roger Scruton, *Beauty*, pp.1 ss.

<sup>5</sup> Para diferentes pontos de vista sobre a música popular e de cultura de massa, cf. Tia DeNora, *After Adorno: Rethinking Music Sociology*. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2003; Tim Wall, *Studying Popular Music Culture*. London: Arnold, 2003; Allan F. Moore (ed.), *Analyzing Popular Music*. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2003

tem tanto direito quanto o bom, e até uma prerrogativa perante este, se ele for a grande necessidade, a satisfação segura e por assim dizer uma linguagem universal, um gesto e uma máscara incondicionalmente compreensíveis: o bom gosto, o escolhido, possui, em contraste, sempre algo buscado, rebuscado, não totalmente certo de seu entendimento — ele não é e nunca foi popular! Popular é e permanece a máscara!

Esse elogio, entretanto, é especificado pelo contexto em que o mau gosto se insere como válido, a saber, na vulgaridade da Europa meridional, seja na ópera italiana, seja no romance de aventura espanhol, bem como na antiguidade. Em todos esses casos, o mau gosto é índice de uma saudável animalidade, que não é rejeitada a favor da bela aparência. No contexto do refinamento alemão e nórdico, entretanto, qualquer passagem vulgar em uma música, por exemplo, é tomada por Nietzsche como sumamente vergonhosa e indesculpável. A duplicidade de tal valoração indica uma ambiguidade por parte do filósofo em relação ao mau gosto — o que não é levado em conta na análise de Mário Perniola. Este autor faz um deslizamento claramente discernível, embora não explicitado, de tal conceito para o de desgosto, ao tomar o aforismo §59 de *A gaia ciência* e um fragmento da mesma época (do qual não foi fornecida a referência) como índice claro da mudança de foco estético no abandono da noção de bom gosto. Em tais passagens,

o ataque ao “bom gosto” é conduzido em nome da fisiologia. O fanatismo pela bela aparência, que é um efeito da influência do julgamento estético, é solidário com uma mentalidade espiritualista e idealista que não quer ver aquelas dimensões naturais do ser humano, que não podem ser reconduzidas à alma e à forma. Assim, são completamente removidos o homem subcutâneo, as massas sanguinolentas, os intestinos, as vísceras e tudo aquilo que floresce destas, assim como os excrementos, a urina, a saliva e o esperma.<sup>6</sup>

Em contraste com a dimensão quase apenas cognitiva do bom gosto, tem-se uma virulência do sentimento em sua dimensão fisiológica mais imediata, sem a sofisticação e polidez típicas da bela forma: “o desgostoso provoca a vontade de vomitar, a expulsão violenta do corpo, e, portanto, um prazer, que certamente tem muito pouco a ver com prazer sem interesse da experiência estética, mas resulta próximo a algo de positivo, ou seja, a um alívio”<sup>7</sup>.

Parece-nos indubitavelmente correta a leitura que Perniola faz da rejeição nietzschiana da bela aparência em favor de uma fisiologia do gosto — tal como Nietzsche a concebe —, que valoriza o homem subcutâneo e todos os afetos ligados a uma corporeidade por assim dizer não-sublimada. Nesse sentido, o desgosto traduz bem essa tendência fundamental da estética do filósofo alemão. Entretanto, a ideia de mau gosto, tal como presente nos textos nietzschianos, não é tão facilmente assimilável ao conceito de desgosto, na medida em que aquele não contém apenas este aspecto de “imediatez saudável” com o grotesco e repugnante. No aforismo 201 de *Humano, demasiado humano, Tomo I (Erster Band)*, o mau gosto é claramente índice de imaturidade, de menoridade:

Sempre terá que existir escritores ruins, pois eles correspondem ao gosto das faixas etárias não desenvolvidas e imaturas; estas têm tanto sua necessidade quanto as amadurecidas. Se a vida humana fosse mais longa, então a quantidade dos indivíduos maduros seria preponderante, ou pelo menos tão grande quanto a dos imaturos; mas a grande maioria parece jovem demais, ou seja, sempre há

---

<sup>6</sup> *Desgostos*, p.21.

<sup>7</sup> *Desgostos*, p.29.

bem mais intelectos subdesenvolvidos e com mau gosto. Além disso, estes desejam, com o maior clamor da juventude, a satisfação de suas necessidades, e *exigem* para si autores ruins.

Nesse mesmo livro, mas no *Tomo II (Zweiter Band), Primeira divisão (Erste Abteilung)*, aforismo 170, lemos que

Felizes são aqueles que possuem gosto, mesmo que seja um mau gosto! — E não apenas feliz, mas também sábio somente é possível ser através desta propriedade: por isso os gregos, que eram peritos em tais coisas, denominaram o sábio com uma palavra que significa *o homem de gosto*, e designaram a sabedoria, tanto a artística quanto a cognitiva, exatamente como “gosto” (*sophia*).

Apesar de a primeira frase desta passagem valorizar, de alguma forma, o mau gosto, o restante mostra claramente que a excelência do gosto é índice de um amadurecimento do espírito — na mesma direção da passagem anterior —, de tal forma que a habilidade no juízo estético corresponde à elevação do intelecto, à sabedoria.

Comparando a primeira citação de *A gaia ciência* com essas duas últimas, vemos claramente que a posição de Nietzsche em relação ao mau gosto é bastante ambígua, de modo que a apropriação que Mário Perniola faz de tal conceito para sua estética do desgosto não é isenta de problemas. Segundo pensamos, seria necessário matizar de forma cuidadosa as diferenças entre o mau gosto e o desgosto como elementos constituidores da experiência estética, não apenas nesta apropriação de textos nietzchianos, quanto também ao se falar da cultura de massa. Em vez, porém, de comentar o modo como Perniola entende esta última através do conceito de desgosto, preferimos passar à crítica de Adorno ao definimento do gosto na experiência musical contemporânea.

## II

Muito do sentido da filosofia crítica de Adorno consiste na denúncia do empobrecimento da individualidade, da reificação da consciência e do esgotamento da autonomia subjetiva. Considerando a extrema importância que a experiência estética tem para o filósofo como ponto de apoio para suas reflexões, sua ideia de que “o gosto é o sismógrafo mais fiel da experiência histórica”<sup>8</sup> indica que este conceito deva ocupar uma posição significativa em sua teoria estética, e particularmente em relação à indústria cultural.<sup>9</sup> Nesse último caso, essa *expectativa* se justifica devido ao fato de o vigoroso aporte crítico em relação à cultura de massa e à pseudo-individualidade que lhe corresponde passar em grande medida pela ideia de uma fetichização da música e da regressividade do ouvinte. A segunda metade do texto “Sobre o caráter fetichista na música e a regressão da audição” fala sobre o que mais diretamente nos interessa: a dimensão regressiva da percepção musical, tanto em relação aos produtos originalmente de cultura de massa, quanto da apropriação da música séria pelos meios de comunicação. Todas as características apontadas e discutidas criticamente *podariam* contribuir para o delineamento da categoria de mau gosto:

---

<sup>8</sup> *Minima moralia*, §95.

<sup>9</sup> Adorno se refere também à arte como o sismógrafo histórico mais fiel; cf. “Beitrag zur Ideologienlehre”, p.473; na verdade, para todos os membros da escola de Frankfurt a experiência estética, particularmente relativa à arte moderna, possuía esta característica de um testemunho, de um indicativo de uma verdade histórica das formas de vida em geral na sociedade. Cf. Honneth, *Critic of power*, pp.64-5.

- 1) percepção musical *atomizada*, isto é, que se dirige a elementos dispersos e marcados pelo brilho e glamour de sua apresentação, de tal modo que cada detalhe possui um valor perceptivo e de efeito técnico imediato, independente da mediação da totalidade da obra;
- 2) demanda pela repetição exaustiva de temas, motivos e refrões, caracterizando uma linguagem não propriamente infantil, mas pueril ou infantilizada, que sempre solicita a mesma satisfação parcial obtida anteriormente;
- 3) identificação masoquista com as grandes potências capitalistas que impõem — principalmente através do rádio, na época de Adorno — um conjunto de músicas que fazem sucesso em grande medida em virtude da frequência com que são apresentadas;
- 4) audição normalmente distraída, sem nenhum compromisso cognitivo ou reflexivo com o significado específico da configuração musical da obra, de modo que todas as músicas são usufruídas como mero som ambiente de diversas outras atividades;
- 5) demandas pelas soluções musicais, tanto harmônicas quanto melódicas, mais confortáveis e mais corriqueiras, excluindo todo desenvolvimento musical que contraria aquilo a que o ouvido já está acostumado;
- 6) predileção por citações de elementos culturais pretéritos, configurando uma espécie de romantismo tardio generalizado, em que impera a apropriação paródica;
- 7) quando da recusa de um posicionamento totalmente passivo, passa-se para uma *pseudo-atividade*, caracterizada, por exemplo, pela figuração e fingimento ostensivo de entusiasmo por algum ritmo ou modo de comportamento de personalidades (quase sempre sensuais) cultivadas nos meios de comunicação;
- 8) radical ambivalência em relação ao que é sensivelmente agradável, na medida em que o prazer se transforma facilmente em fúria, nojo ou asco em relação ao que é sempre de novo oferecido como diferente, mas conservando a estrutura estereotipada;
- 9) pseudo-individualização, não apenas das músicas entre si (que se diferenciam uma das outras por características superficiais), mas dos próprios ouvintes, que se definem pela adesão arbitrária a gêneros musicais da moda e vinculados a aspectos pouco ou nada concernentes à dimensão musical propriamente dita. (Cf. *Fetisch* pp.34-50)

Estas (e outras) características, na medida em que enfocam a disposição subjetiva para com as músicas de cultura de massa, poderiam delinear criticamente a *atitude judicativa* perante tais obras, definindo então o que chamamos de *mau gosto*. De forma surpreendente, entretanto, Adorno recusa com veemência esse direcionamento crítico, na medida em que, não apenas neste texto, publicado em 1938, quanto também no artigo “Observações sobre a vida musical alemã”, de 1966, afirma enfaticamente que a categoria de gosto, e a de mau gosto em particular, não são aplicáveis à atitude do ouvinte regressivo. Que se trate de uma “surpresa”, na verdade, diz respeito apenas à ordem com que colocamos nossos argumentos, pois as duas páginas iniciais do primeiro texto já apresentam essa ideia de modo inequívoco. Após falar sobre a dualidade afetiva da música, que tanto serve para dar vazão a impulsos báquicos quanto também apaziguar as pulsões, Adorno diz:

Tão pouco (...) a consciência musical atual das massas pode ser chamada de dionisíaca, tão pouco também suas modificações mais recentes têm algo a ver com o gosto. O próprio conceito de gosto está ultrapassado. A arte responsável se pauta por critérios que se aproximam dos cognitivos: coerente e incoerente, correto e falso. Para além disso, entretanto, não se escolhe mais; a questão não se coloca mais, e ninguém exige a justificação subjetiva da convenção: a existência do sujeito que deveria demonstrar um tal gosto tornou-se tão questionável quanto, no polo oposto, o direito de uma liberdade de escolha que, entretanto, não existe mais. Se se procura, por exemplo, a quem um sucesso comercial “agrada”, então não se pode escapar à suspeita de que agrado e

desagrado não são adequados a essa circunstância, por mais que a pessoa interrogada revista suas reações com aquelas palavras. (*Fetisch* 14<sup>10</sup>)

É preciso considerar, entretanto, que no segundo texto a que nos referimos Adorno considera de forma mais nuançada e propriamente dialética a pertinência do gosto para a arte séria, levando em conta seus polos subjetivo e objetivo, de forma que a arte avançada, como o teatro de Beckett, é vista como contrariando frontalmente o gosto (socialmente aprovado), mas, ao mesmo tempo, colocando-lhe parâmetros que não simplesmente o excluem como um de seus elementos, mas sim o ultrapassam (cf. AdM 177-8). No que concerne à música de massas, porém, a recusa é enfática, embora também aqui se deva reconhecer a ocorrência da expressão “bad taste” no artigo “Sobre a música popular”, mas em um contexto em que se enumeram diversas características da atitude auto-enganosa e dissimulada do *jitterbug*, o entusiasta do jazz:

O seu senso de humor torna tudo tão enganador que ele não pode ser posto — ou melhor, pôr-se a si mesmo — em posição, responsável por qualquer uma de suas reações. O seu mau gosto, a sua fúria, a sua secreta resistência, a sua falta de sinceridade, a sua latente tolerância para consigo mesmo, tudo é encoberto pelo “humor” e, assim, neutralizado. (SMP 175<sup>11</sup>)

Além disso, como se trata de um texto escrito em conjunto com George Simpson, e como a expressão “schlechte(s) Geschmack” (mau gosto) não aparece nos 23 volumes dos *Gesammelte Schriften* (Escritos reunidos) publicados pela Suhrkamp, existe suficiente justificativa para não darmos importância a essa ocorrência do conceito.

Como nosso interesse se dirige mais propriamente ao conceito de mau gosto, deixaremos para outra oportunidade a reflexão sobre o conceito de gosto aplicado à arte. Interessa-nos especificamente o papel que a atividade judicativa estética poderia desempenhar em relação à música da cultura de massa. Nesse panorama, é preciso considerar, tal como diz Max Paddison, que “a crítica de Adorno à música popular é geralmente considerada o aspecto menos convincente de sua impressionante análise da problemática da música ocidental no século XX”<sup>12</sup>. Como nosso objetivo, por sua vez, liga-se propriamente à análise que Adorno faz não das obras, mas sim da dinâmica da recepção por parte do público e suas questões, talvez possamos dizer, aplicando mais uma vez essa postura dos comentadores referida por Paddison, que, dentro da crítica adorniana à música popular e de cultura de massa, nossa abordagem toca em seu aspecto mais questionável ainda.

Diante disso, nosso texto pode levantar a suspeita de ser uma crítica *ad hominem* — o que, entretanto, não nos parece ser o caso. Os conceitos que usamos para fundamentar nossa leitura foram utilizados repetidamente por Adorno, desde seus textos de juventude, a saber, nas décadas de 20 e 30, até os anos 60, período final de sua vida. Assim, não nos referimos a um aspecto pontual e/ou periférico de suas argumentações para então elevá-lo a um princípio de análise mais significativo do que o pretendido pelo próprio autor. Além disso, como diz György Markus<sup>13</sup>, tais conceitos vinculam-se de forma orgânica não somente às reflexões estéticas, mas de crítica filosófica em

---

<sup>10</sup> O texto “Sobre o caráter fetichista na música e a regressão da audição” será referido através de *Fetisch*, seguido do número de página da edição dos *Gesammelte Schriften*, Ed. Suhrkamp.

<sup>11</sup> “Sobre música popular” será referido no texto através da sigla SMP, seguido do número de página da edição brasileira especificada nas referências bibliográficas.

<sup>12</sup> Max Paddison, “The critique criticised: Adorno and popular music”, p.201.

<sup>13</sup> György Markus, “Adorno and Mass Culture: Autonomous Art Against the Culture Industry”, p.77

sentido amplo, incluindo a própria noção de racionalidade em suas diversas faces; isso pode ser claramente visto no modo com que o capítulo sobre a indústria cultural da *Dialética do esclarecimento* se insere no projeto de crítica às formas culturais que sedimentaram o processo de racionalização ocidental.

Os textos de Adorno relativos à temática da recepção musical massificada — especialmente “O fetichismo na música e a regressão da audição”, o capítulo sobre indústria cultural da *Dialética do esclarecimento*, os artigos “Sobre música popular”, “Introdução à sociologia da música” e “Observações sobre a vida musical alemã” — tornam sobremaneira claro um de seus princípios de análise: todo o possível prazer com as obras de cultura de massa é suspeito de ser uma *ilusão*, sendo sempre resultado de um condicionamento societário que não apenas constrange as pessoas a aderir a um produto, quanto as leva a se esforçar por fazer isso. Trata-se de uma *violência* imposta a cada indivíduo, ao lhe obliterar a visão de algo melhor e diferente daquilo que eles mesmos são em virtude da lógica capitalista do trabalho e da vida em geral.

Há que se considerar, inicialmente, que, para Adorno, como diz Theodore Gracyk, “a assunção de que existem diferenças qualitativas dentro do *corpus* da música popular é uma diferenciação viável — mas em última instância insignificante — entre níveis de lixo”<sup>14</sup>. Em função disso, a percepção que normalmente se tem de possibilidade de escolha seria *ilusória*, uma vez que as inúmeras diferenças das obras se ligariam somente a aspectos periféricos, não concernentes à qualidade objetiva das músicas. O que se ofereceria às pessoas é sempre o mesmo, travestido de diferenças ligadas à personalidade dos artistas, contextos históricos e eventos extra-estéticos, ritmos da moda etc.:

A atitude avaliativa torna-se uma ficção para aquele que se encontra totalmente cercado [*umzingelt*] pelas mercadorias musicais padronizadas. Ele não pode nem fugir do poder superior, nem decidir entre o que lhe é apresentado, onde tudo se iguala tão completamente que a predileção, na verdade, liga-se meramente ao detalhe biográfico ou à situação em que a música é ouvida. (*Fetisch* 15)

No plano propriamente musical, vigora a necessidade, para que uma música faça sucesso, de realizar “a quadratura do círculo”, equilibrando-se entre o já totalmente conhecido e o que, entretanto, tem a aparência de novo (EMS, 217<sup>15</sup>). A música popular ou “leve” [*leichte Musik*], segundo Adorno, “certamente não se fecha a novidades, mas retira delas sua função e livre desdobramento, na medida em que as acolhe — até as aparentemente arriscadas dissonâncias de algumas correntes do jazz — como meras manchas cromáticas, como ornamentos da linguagem rigidamente tradicional” (EMS, 203)<sup>16</sup>. Nessa diferença entre o âmbito estético e o extra-estético,

---

<sup>14</sup> Theodore Gracyk, “Adorno, Jazz, and the Aesthetics of Popular Music”, p.527.

<sup>15</sup> “Einleitung in die Musiksoziologie”, referida no texto como EMS, seguido do número de página da edição dos *Gesammelte Schriften*, Ed. Suhrkamp.

<sup>16</sup> No capítulo sobre a indústria cultural, da *Dialética do esclarecimento*, os autores diferenciam claramente a música leve da produzida de forma massificada pela indústria cultural, permitindo-nos diferenciar o que chamaremos hoje de cultura popular, por um lado, cultura de massa, por outro, e ainda arte séria, autônoma, ou simplesmente arte: “A arte ‘leve’ como tal, a distração, não é nenhuma forma decadente. Quem a lamenta como uma traição ao ideal da pura expressão nutre ilusões sobre a sociedade. [...] A arte leve acompanhou a autônoma como sua sombra. Ela é a má consciência social da arte séria. O que esta necessariamente perdeu em sua verdade devido a seus pressupostos sociais confere àquela a aparência de um direito objetivo. A própria cisão é a verdade: ela pelo menos exprime a negatividade da cultura, à qual as esferas se somam. O pior meio de reconciliar tal oposição é a de subsumir a arte leve na

embora o primeiro seja falado em vários momentos, a ênfase de Adorno recai explicitamente no segundo: “A padronização da música leve, em função de sua grotesca simplicidade, deve ser interpretada menos de forma intra-musical do que sociológica” (EMS 208). Diante disso, os espectadores seriam compelidos a não propriamente gostar, mas, digamos, “aderir” a obras ruins. Devido à extrema interconexão de todos os setores da indústria cultural, com suas referências recíprocas densamente estabelecidas, o indivíduo é instigado a se identificar com os produtos como se se tratasse de uma causa que ele mesmo defende. Adorno ilustra tal ideia com uma campanha publicitária de uma marca de cerveja, em que foram usados cartazes com os dizeres “What we want is Watney’s”, escritos como se fossem uma pichação de muros, típicas de palavras de ordem de causas políticas, movimentos juvenis etc.

O modo de comportamento que o cartaz sugeria, a saber, que as massas façam das mercadorias que lhe são sugeridas um objeto de sua própria ação, reencontra-se na verdade como o esquema da recepção da música popular. As massas necessitam de, e exigem, o que lhes é impingido. O sentimento de impotência que aos poucos as invade em face da produção monopolista é dominado por elas ao se identificarem com os inevitáveis produtos (*Fetisch* 36).

Ao longo de todos os textos de Adorno referentes à música de cultura de massa, tanto os mais propriamente centrados no aspecto estético, quanto os de viés sociológico, vemos que o sentido de seu pensamento crítico é o de considerar o fundamento da atitude do sujeito em relação às obras como se deslocando da apreciação da coisa como música para algum outro tipo de vínculo. Tanto no texto “Sobre o caráter fetichista na música...” quanto em “Sobre a música popular”, por exemplo, vemos que tal relação judicativa é substituída pelo mero *reconhecimento* da música ouvida em algum momento no rádio. Analisando detidamente as etapas deste processo de identificação cognitiva, a saber: “a) vaga recordação; b) identificação efetiva; c) subsunção por rotulação; d) auto-reflexão no ato de reconhecer; e) transferência psicológica da autoridade de reconhecimento para o objeto” (SMP 132), Adorno querera mostrar o quanto toda a atitude de apreciação da qualidade estética da obra cede lugar a um esquema de sub-repção, em que o consumidor projeta como uma qualidade da obra aquilo que corresponde, na verdade, a um prazer narcisista de saber identificar/reconhecer as músicas de sucesso, que por isso mesmo são cada vez mais tocadas nas rádios, fazendo com que se tornem mais bem-sucedidas ainda.

Embora Adorno seja bastante conhecido por sua ácida crítica à mercantilização da cultura, em “Observações sobre a vida musical alemã”, de 1966, ele diz que um posicionamento crítico dirigido de forma por demais irrefletida à absorção capitalista da arte pode facilmente descurar do fato de que não existe propriamente um mercado livre para as mercadorias culturais, pois na verdade todo o gosto do público está submetido a um dirigismo musical avassalador (cf. AdM 174).

É relativamente fácil discernir neste complexo argumentativo a ideia de que os consumidores são *totalmente passivos* em relação à estratégia manipuladora e dirigista dos conglomerados potentes da indústria cultural. De fato, Adorno em vários momentos exprime algo que caminha nitidamente nessa direção, como por exemplo: “o

---

séria ou o inverso — mas é isso que tenta a indústria cultural”; *Dialektik der Aufklärung*, p.157. Nos textos sobre a recepção musical a que nos referimos aqui, “música leve” indica propriamente a de cultura de massa, sem entrar em jogo essa diferenciação tripartite entre arte, indústria cultural e cultura popular. — Há que se notar, entretanto, que mesmo na *Dialética do esclarecimento* a expressão “música leve” foi usada para se referir também a produto da indústria cultural.



fã, cuja necessidade por aquilo que lhe é imposto pode crescer até a euforia estúpida — o triste remanescente da embriaguez arcaica —, é treinado por todo o sistema da música leve/popular em uma passividade que então provavelmente se alastra também a seu pensamento e a seu modo de se comportar socialmente” (EMS, 209); “Com o jazz, a subjetividade impotente desaba do mundo das mercadorias no mundo das mercadorias; o sistema não deixa nenhuma saída”<sup>17</sup>. A questão mais delicada se refere ao aspecto *totalitário*, integral, desse posicionamento passivo do consumidor, e em relação a isto, há pelo menos quatro respostas nos próprios textos de Adorno, sendo uma delas bem direta (na “Introdução à sociologia da música”), a outra deduzida de suas colocações sobre a indústria cultural em geral (na *Dialética do esclarecimento*), uma terceira (na ordem de nossa colocação; presente no texto “Tempo livre”) refere-se propriamente à crença forjada nos indivíduos em relação àquilo que é dito pelos programas de indústria cultural, ou seja, a seu conteúdo, e não à formação da percepção estética; a quarta (em “Sobre a música popular”) é bastante surpreendente e demanda uma reflexão mais detida.

1) A primeira de tais respostas é:

O conhecimento dos mecanismos sociais que decidem sobre a escolha, divulgação e efeito, particularmente da alta publicidade, [...] poderia facilmente nos levar a conceber o efeito da música leve/popular como totalmente predeterminado. As músicas de sucesso seriam, assim, simplesmente “feitas” através dos meios de comunicação em massa, sem que o gosto dos ouvintes tenha algum peso nesse processo. Essa concepção seria, mesmo sob as condições atuais da concentração do poder da indústria cultural, simples demais. (EMS 214)

Em contraste com esta ideia, Adorno falará das possíveis características que fariam algumas músicas de sucesso (“die paar wirklich guten Schlager”, EMS 216) serem realmente boas, obtendo aceitação independente da estratégia do *plugging*<sup>18</sup>. Tais músicas realizariam algo muito difícil de elucidar, descrito por Adorno como uma espécie de qualidade oculta, comparado à quadratura do círculo, por gerar a aparência de novidade mantendo-se dentro de um regime preestabelecido e pré-codificado de clichês musicais, estereótipos, soluções harmônicas já aceitas pelo público etc.: “Em tais produtos, o idioma se transformou em uma segunda natureza, que permite algo como espontaneidade, ideia intuitiva [*Einfall*], imediatidade. Na América, reificação como auto-evidência se torna, às vezes sem coerção, uma aparência de humanidade e proximidade, e que não é apenas aparência” (EMS 216). Essas músicas, chamadas de *Evergreens* por não dependerem da moda, permanecendo muito tempo na grande aceitação do público, apesar de serem ditas por Adorno como objetivamente falsas, não são apenas isso, apontando para um tipo de espontaneidade que a arte séria, devido à sua radical mediação pela racionalidade compositiva, de certa forma perdeu irrevogavelmente.

Diante da sempre ácida e contundente crítica de Adorno a toda indústria cultural, é bastante significativo haver uma valorização como essa para músicas distantes não apenas da segunda escola de Viena (Schönberg, Alban Berg e Webern),

---

<sup>17</sup> “Über Jazz”, p.83.

<sup>18</sup> Em “Sobre a música popular”, Adorno diz: “o termo *plugging* tinha originalmente o estreito significado da repetição incessante de um *hit* particular, de modo a torná-lo ‘um sucesso’. Nós aqui o usamos no sentido amplo, de uma continuação do processo inerente à composição e ao arranjo do material musical. A promoção pelo *plugging* almeja quebrar a resistência ao musicalmente sempre-igual ou idêntico, fechando, por assim dizer, as vias de fuga ao sempre-igual. E isso leva o ouvinte a extasiar-se com o inevitável” (SMP 125).

mas também de Stravinsky, que foi alvo também de duras críticas por Adorno (mas não só de críticas negativas). Em relação à nossa temática principal, por outro lado, podemos levantar a seguinte questão: em que medida este reconhecimento valorativo de algumas músicas de cultura de massa significa, realmente, que Adorno admita não haver uma manipulação total da recepção por parte do público em função de que “o gosto dos ouvintes tenha algum peso nesse processo”? — Ora, se o que marca a não-totalidade da manipulação do efeito das músicas no público é o fato de algumas serem musicalmente significativas, e considerando a total ênfase de Adorno no cerceamento das possibilidades de escolha do público, logo pode-se concluir que todos os sucessos musicais que não possuem qualidade estética são aceitos em virtude do dirigismo musical, da estratégia do *plugging*, da confluência de fatores extra-estéticos etc., e não em virtude do que poderíamos chamar propriamente de *mau gosto dos consumidores*.

2) A segunda resposta (sobre a total passividade diante da indústria cultural) consiste em diferenciar o âmbito das associações e raciocínios superficiais, ligeiros, imediatos, e o aprofundamento reflexivo e subjetivo da relação com as obras. No capítulo sobre a indústria cultural da *Dialética do esclarecimento*, os autores dizem que quanto mais o espectador é instado a ter a habilidade de acompanhar todos os elementos musicais, cenográficos e de conexão entre diversos personagens, mais a sua percepção e capacidade imaginativa fica saturada, de modo a retirar de cena a mediação reflexiva com o objeto. Desse modo, quanto mais ativo é o olhar que tenta circunscrever e abarcar todas as conexões e movimentos, mais passivo é o posicionamento do sujeito, que já não se percebe nessa sua dimensão reflexiva.

Essa “resposta”, segundo pensamos, apenas desloca os termos do problema, pois o que verdadeiramente importa na colocação crítica acerca da total passividade dos espectadores é esta última dimensão de reflexividade, de comprometimento subjetivo com a obra em termos de prazer, e não da atividade por assim dizer operacional, das associações ligadas à superfície sensível das obras.

3) A terceira resposta, como dissemos, não diz respeito à dimensão estética das obras, mas sim a seu conteúdo. No texto “Tempo livre”, de 1969, Adorno reconhece, com base em uma pesquisa sociológica, que tanto ele quanto Horkheimer sobrestimaram o poder de influência da indústria cultural na mentalidade das pessoas. Ficou demonstrado que por mais que eventos relativos a pessoas famosas sejam consumidos avidamente, não lhes é devotada uma crença total em sua validade e importância política reais<sup>19</sup>. — Em relação à nossa temática, entretanto, este reconhecimento não é especialmente significativo, uma vez que este âmbito é por demais refratário a uma pesquisa empírica semelhante, e nesse texto de 1969 não há indicação suficiente de que Adorno tenha estendido esta reconsideração para a percepção estética em sentido estrito.

4) A quarta resposta que indicamos, também colocada de forma explícita perante a questão da total passividade dos consumidores, é a mais instigante de todas. Ela aparece no artigo “Sobre a música popular”, de 1941:

Passividade apenas não basta. O ouvinte precisa forçar-se a aceitar (SMP 143). [...] não podemos nos contentar simplesmente com afirmar que a espontaneidade foi substituída pela cega aceitação do material imposto. Mesmo a crença de que hoje o povo reage como insetos e está degenerando em meros centros de reflexos socialmente condicionados, é apenas aparente. [...] Pelo contrário, a espontaneidade é consumida pelo tremendo esforço que cada indivíduo tem de fazer para aceitar o que lhe é imposto — um esforço que se desenvolveu exatamente porque o véu que recobre os mecanismos de controle

---

<sup>19</sup> Cf. “Freizeit”, p. 654-5.

se tornou tão tênue. A fim de se tornar um *jitterbug* ou simplesmente “gostar” de música popular, não basta, de modo algum, desistir de si mesmo e ficar passivamente alinhado. Para ser transformado em um inseto, o homem precisa daquela energia que eventualmente poderia efetuar a sua transformação em homem. (SMP 146)

Os produtos de indústria cultural seriam tão ruins e tão homogêneos, que o indivíduo necessita de um esforço tremendo para se persuadir, para se *forçar* a acreditar que tais obras são capazes de produzir alguma diversão ou prazer. Toda a suposta espontaneidade do público é consumida neste esforço de submissão ao que o capital onipotente da cultura de massa oferece de forma inexpugnável. Nesse sentido, Adorno questiona, repetidas vezes, o quanto a indústria cultural realmente é capaz de entreter; o quanto existiria de diversão nos produtos em que ela é oferecida. Uma vez que esta, no contexto do capitalismo tardio, precisa se colocar como uma fuga do trabalho monótono e repetitivo na fábrica, nos escritórios e nas repartições públicas, ela somente pode se dar sob o signo da mesma monotonia e da mesma repetição, de modo que se tem uma contradição inerente a todo divertir: na medida em que promete tão-somente uma diversão, a indústria cultural se tornou monótona e deixa de cumprir o que ela mesma promete.

Para nossas reflexões, é significativo que Adorno vincule o conceito de *masoquismo* a essa atitude dos consumidores de indústria cultural. A audição masoquista é caracterizada pelo fato de se identificar com a potência do grande capital que lhe impinge um objeto de prazer de baixo nível (cf. *Fetisch* 26ss.). Assim como todo masoquismo, trata-se de um prazer com o que causa desprazer, mas o núcleo da argumentação que mais nos interessa é o fato de Adorno considerar que tal atitude existe essencialmente como *resultado da impossibilidade de escolha*. Haveria uma coação inescapável que obriga, força, as pessoas a se deleitarem com a própria impossibilidade de terem algo melhor. A comparação feita pelo filósofo ao final da argumentação é bastante eloquente:

A cultura de massa masoquista é o fenômeno necessário da própria produção onipotente. O investimento afetivo do valor de troca não é nenhuma transubstanciação mística. Corresponde ao comportamento do prisioneiro que ama sua cela porque não lhe resta nada mais para amar. (*Fetisch* 26)

Embora colocada em um contexto não relacionado ao âmbito estético, uma ideia de Adorno e Horkheimer relativa ao anti-semitismo é relevante para nós, pois enfoca uma atitude estreitamente ligada ao comportamento masoquista, a saber, o sadismo. Ao se questionarem sobre o que teria levado milhões de pessoas a apoiar um regime que se mostrava desde o início fundamentado em atitudes segregacionistas, de extrema-direita e violentas, os autores dizem de forma bastante enfática: “é só quando a total identificação com essas potências monstruosas é impressa na multidão concernida como uma segunda natureza, e *todos os poros da consciência são tapados*, que as massas são conduzidas a uma forma de absoluta apatia, que as capacita a realizações assombrosas”<sup>20</sup>. Esse posicionamento nos é de especial importância por demonstrar que o princípio teórico adorniano de constrição social que impele, constrange, coage os indivíduos a uma atitude por assim dizer irracional não é usado apenas relativo ao posicionamento passivo, típico do masoquista, de obter um prazer mórbido com sua condição de vítima de outrem. Adorno e Horkheimer pensam que também a atitude

---

<sup>20</sup> *Dialektik der Aufklärung*, p. 230 — grifos nossos.

sádica provém de uma total *cegueira* dos indivíduos perante o sentido de suas ações, e a expressão “tapar todos os poros da consciência” não deixa dúvida em relação a isso.<sup>21</sup>

Esse posicionamento extremo de Adorno pode ser visto em várias partes de sua obra. Em um texto sobre Paul Valéry, por exemplo, vários pontos que levantamos até agora aparecem condensados de forma bastante clara:

Ele [Valéry – vf] apresenta a alternativa para as transformações antropológicas no capitalismo tardio produzidas por regimes totalitários ou pela cultura de massas dirigida por grandes corporações, em que o ser humano é reduzido a mero aparelho de recepção, um ponto de referência de reflexos condicionados, e é assim preparado para a condição de dominação cega e uma nova barbárie.<sup>22</sup>

Dos diversos aspectos que poderiam ser realçados em uma análise crítica, dizemos que toda a ambiguidade entre prazer e desprazer, qualidade e vulgaridade, gostar e não gostar, aceitação e recusa etc. é absorvida pela ideia de uma pressão social avassaladora. Toda a mobilidade fluida e contraditória do desejar e de nossa atitude judicativa, tanto de apreciação quanto de recusa das obras, é sistematicamente traduzida na perspectiva onipresente de um movimento do exterior para o interior dos indivíduos. Isso pode ser visto com total clareza em uma passagem do texto “Sobre o caráter fetichista ...”, em que Adorno fala de uma pesquisa de opinião popular em que várias pessoas questionaram como elas deveriam responder quando uma mesma obra *agradava e desagradava ao mesmo tempo*. Em vez de se questionar sobre se esta ambiguidade e aparente contradição fazem parte de nossa atitude judicativa das obras como um componente seu inalienável, Adorno, mais uma vez, coloca o fundamento para isso na situação social de oferta e de manipulação dirigista das mercadorias culturais:

As reações aos estímulos isolados são ambivalentes. Algo agradável sensivelmente se transforma em asco, tão logo se nota que ele se presta tão somente a enganar o consumidor. O logro aqui consiste na oferta do sempre igual. (...) Ninguém acredita tanto no divertimento comandado (*Fetisch* 39).

É como se houvesse, no âmbito estético, algo análogo ao que é dito sobre a adesão das massas ao nazismo, na medida em que “todos os poros” da percepção estética seriam tapados em relação ao que é diferente, mas agora, no momento em que se percebe esta condição, é o desgosto, o desgosto, que se impõe como uma consequência inevitável. Como, entretanto, essa condição, segundo Adorno, é sem saída, tem-se como resultado que cada pessoa consumirá muito de suas energias psíquicas em se forçar a aderir masoquicamente a esta situação de controle social das suas (ilusórias) possibilidades de escolha.

Disso se conclui que toda a ambiguidade possivelmente intrínseca, própria, do mau gosto, em que diversos planos e formas de investimento afetivo se mesclam em uma dinâmica peculiar, é sistematicamente rejeitada. Neste complexo argumentativo de Adorno, no mesmo instante em que se suprime a liberdade de escolha,

---

<sup>21</sup> Diga-se, de passagem, que é um objeto de pesquisa interessante analisar a enorme frequência com que as palavras cego [*blind*], cegar [*blenden*], cegamento/ofuscação [*Verblendung*] e correlatos ocorrem ao longo da *Dialética do esclarecimento*, todas elas indicativas do princípio geral de análise de que a racionalidade está pautada em uma ausência radical de pensamento reflexivo, consciente.

<sup>22</sup> *Noten zur Literatur*: “Valéry’s Abweichungen”, p. 195; veja-se também esta passagem de um texto cuja temática central não é relativa ao fenômeno estético: “dificilmente se tolera mais uma saída, os homens são cercados por todos os lados, e, com os resultados de uma psicologia social pervertida ou — tal como se denominou de forma adequada — uma psicanálise invertida, estimulam-se as tendências regressivas, que, em todo caso, a crescente pressão social libera”; “Beitrag zur Ideologienlehre”, p.475.

aniquila-se também o gosto, a responsabilidade pela escolha e a própria individualidade (Cf. *Fetisch* 34). Para o filósofo, parece ser especialmente relevante que o gosto com o que é ruim não se ligue a uma verdade mais substantiva do indivíduo como sujeito. Se indivíduos “aderem” a um produto musical de qualidade francamente baixa, então tal comportamento só pode significar: uma violência vinda de fora, uma negação de sua própria humanidade, uma constrição que ele mesmo contribui para realizar sobre si mesmo, um resultado de uma espoliação vital devido ao modo de vida capitalista, uma consequência da repetição infinita dos mesmos produtos nos diversos meios — e uma infinidade de outros fatores que visivelmente querem evitar, a todo custo, que se possa associar a esfera íntima do sujeito, seu fundamento mais próprio, ao que é o ruim, falso, vulgar esteticamente. Segundo pensamos, essa perspectiva caracteriza uma espécie de *otimismo* filosófico-antropológico, no âmbito da teoria, na medida em que quer definir o sujeito, em seu substrato mais profundo, como isento dessas formas de falsidade. Tal postura, entretanto, resulta em um *pessimismo* político, na medida em que o processo de conformação do indivíduo pela sociedade é tão avassalador que suas falhas e incompletudes se mostram por demais insignificantes para ameaçar esta lógica social onipotente, que se reflete de forma maciça em cada indivíduo:

A totalidade da sociedade se afirma pelo fato de que ela não apenas se apropria de seus membros integralmente [*mit Haut und Haaren*; literalmente: “com pele e cabelo”], mas sim os produz segundo sua imagem fiel [*Ebenbild*]. Em última instância, isto é almejado com a polarização do tensionamento entre poder e impotência.<sup>23</sup>

Como diz György Markus, “o argumento se move em um círculo vicioso, que o torna, em princípio, irrefutável”. Curiosa, entretanto, é a forma com que o comentador defende tal argumento, dizendo que “seu caráter teoricamente vicioso apenas mimetiza o vício prático do sistema que ele explicita”<sup>24</sup>. Ora, trata-se de uma defesa, ela própria, circular, pois seria necessário demonstrar o quanto o sistema social, e mais particularmente a cultura de massa, realmente opera de tal forma que os âmbitos universal e particular se acoplem tão radicalmente quanto Adorno concebe. Em outras palavras: essa mimesis conceitual ressoa todos os aspectos significativos da realidade? Não estaria ela abstraindo de algum elemento fundamental, estruturante, na conexão entre indivíduo e sociedade? Segundo pensamos, esta abstração é feita, e não propriamente por negligência, mas sim de forma consciente e programática. Na parte final, conclusiva, do texto “Sobre música popular”, lemos que o entusiasmo com o jazz é tão ostensivamente falso e dissimulado, que os próprios indivíduos poderiam tomar consciência, “de uma vez por todas”, daquilo que lhes é imposto, e assim abrir o caminho para superar a demanda por tais produtos. No parágrafo seguinte, entretanto, em vez de a argumentação progredir no sentido de especificar um princípio teórico capaz de delinear a dinâmica subjetiva necessária para alavancar este movimento de libertação, ocorre, segundo pensamos, um movimento contrário: “Na atual situação, talvez seja, por essas razões — que são apenas exemplos de fenômenos muito mais amplos da psicologia das massas —, apropriado perguntar até que ponto ainda se justifica toda a distinção psicanalítica entre o consciente e o inconsciente” (SMP 176). Em um texto de 1965, “Sobre a relação entre sociologia e psicologia”, Adorno também diz algo nessa direção:

Conformes à época atual são aqueles tipos que nem possuem um ego, nem

---

<sup>23</sup> “Reflexionen zur Klassentheorie”, p.390.

<sup>24</sup> György Markus, “Adorno and Mass Culture”, p.77.

agem propriamente de modo inconsciente, mas espelham de modo reflexo o movimento objetivo. Eles praticam todos um ritual sem sentido, seguem o ritmo compulsivo da repetição, empobrecem-se afetivamente: com a destruição do ego, eleva-se o narcisismo ou seus derivados coletivos.<sup>25</sup>

Em ambas as passagens, a crítica ao movimento de acoplagem entre indivíduo e sociedade passa pela recusa do significado, e até mesmo da própria existência, do âmbito inconsciente como uma mediação entre o poder de conformação social e as ações e comportamentos individuais. Segundo pensamos, a circularidade a que G. Markus se referiu admite uma ruptura, tanto em termos teóricos quanto práticos, através da consideração dessa dimensão intermediária do inconsciente. — Uma vez que esta é uma temática extremamente complexa, seria necessária uma investigação específica para seu delineamento minimamente adequado; queremos aqui apenas deixar indicado este aspecto crítico sobre o posicionamento de Adorno na relação entre indivíduo e sociedade, pois, mesmo apontado de forma sucinta, é um testemunho claro da diferença entre sua perspectiva sobre a apreciação estética dos produtos de cultura de massa e a nossa própria, que apresentamos a seguir.

### III

Não há dúvidas de que tanto Nietzsche, quanto Adorno e Perniola consideram válido dizer que há objetos culturais ruins, mal feitos, vulgares, apelativos, estereotipados, pueris, imediatistas e uma série de outras características que fazem com que seu valor *estético* seja de fato baixo. Por mais que leiamos cada uma dessas obras a partir da mediação fornecida pelo contexto de determinada camada sócio-cultural, parece-nos claro que é perfeitamente possível diferenciá-las em virtude de sua excelência ao se apropriarem esteticamente de um conjunto de valores compartilhados simbolicamente. Tal como o próprio Adorno dizia haver música boa (séria) ruim (e seus exemplos mais evidentes são as obras de Tchaikovsky, Stravinsky e Hindemith) e música ruim (popular) boa (como *Deep purple*, de Larry Clinton), podemos dizer que cada produção musical legível a partir de um complexo cultural específico poderia ser avaliada como tendo maior ou menor valor estético. Além das enormes diferenças entre as produções estéticas do século XIX, do início do século XX e atuais (relativas à época de cada um desses 3 autores), interessa-nos propriamente o significado filosófico que eles conferem à percepção e julgamento subjetivo desses produtos de baixa qualidade. Nossa posição dialoga com as perspectivas de Nietzsche e Adorno, uma vez que Perniola, como já apontamos, foca mais propriamente no conceito de desgosto.

Tal como dissemos no início do texto, a questão que nos move mais nuclearmente é: o conceito de mau gosto pode ser aplicado pela própria pessoa a si mesma? Se se pergunta a alguém: “Você tem mau gosto?”, faz algum sentido que a resposta seja, de forma sincera, não-irônica, “Sim”?

O juízo de gosto, na medida em que se funda no prazer com um objeto<sup>26</sup>, é complexo não apenas em virtude da enorme gama de fatores histórico-sociais que

---

<sup>25</sup> “Zum Verhältnis von Soziologie und Psychologie”, p.83.

<sup>26</sup> Diante da acentuada intelectualização que marca a experiência estética com as obras de arte contemporâneas, esta ressalva precisa ser feita. Considerando-se as enormes dificuldades técnicas e de embasamento histórico para a “compreensão” das obras, cada vez mais se pode lançar a suspeita de que não haveria prazer com as obras propriamente, mas sim com nossa reflexão sobre elas, com o impacto que elas causam na opinião pública etc. Nesse sentido, é especialmente interessante perceber como Adorno é bastante coerente ao afirmar que “se existe algo em comum entre a música de Schönberg e os

convergem para a percepção prazerosa, mas também devido ao fato de que esse sentimento admite, por assim dizer, várias camadas, vários planos, em que o desprazer pode perfeitamente ser um de seus componentes, bem como exercer diferentes influências no prazer percebido como resultado final, e isso de forma decisiva. Um modo especialmente claro de demonstrar isso reside na diferenciação kantiana entre prazer (que pode ser o do mero agrado nas sensações, por exemplo) e comprazimento. Na *Crítica da faculdade do juízo*, §54, Kant diz que podemos nos descomprazer com algo agradável, e um exemplo poderia ser reprovarmos uma piada divertida em uma situação constrangedora, como em um velório; é possível também se comprazer ao se sentir uma dor, e o exemplo de Kant é a tristeza de uma viúva em relação à morte de seu marido honrado (a ideia parece ser que a mulher se compraz em perceber a nobreza de seu sentimento de pesar pela morte do marido); as duas outras possibilidades são mais evidentes, pelo fato de nos comprazermos com o que é agradável, quando nos alimentamos com uma comida de bom paladar, e nos descomprazermos com o que é desagradável, como sentir raiva, irritação ou angústia.

Em todos esses casos, existem *dois planos* de prazer/desprazer, de tal forma que o primeiro é mais imediatamente sentido, conectado a um objeto, circunstância ou sensação. O segundo, que Kant liga à aprovação ou reprovação racional, podemos tomar como testemunho do que significa a vivência consciente dos afetos, ou seja, como índice não apenas de uma ambivalência por assim dizer “objetiva” — como pensamos ser o caso da crítica de Adorno (sobre algo que é agradável mas se mostra entediante, “falso” etc.; cf. *Fetisch* 39) —, mas sim pelo fato de que a afetividade sempre está sujeita à mobilidade de associações fantasísticas, pois a ambiguidade de investimentos afetivos é muito mais a regra do que a exceção. Tal como o conceito de sublime em Kant demonstra a vivência de um *prazer negativo* (ideia que serviu de base para um longo — e instrutivo — comentário de Derrida sobre a economia dos prazeres e desprazeres na estética kantiana<sup>27</sup>), não somente a ambiguidade, mas a polivalência dos sentidos que os afetos apresentam deve ser tomada como uma característica intimamente definidora de nossa ligação com os objetos na realidade. Lembremos aqui não apenas do mecanismo de *deslocamento* dos afetos pelas representações, concebido por Freud como uma das características do processo psíquico primário, como também da *condensação*, em que mais de uma carga afetiva se associa inconscientemente a uma mesma fantasia ou representação<sup>28</sup>.

Nossa tese, de forma oposta à de Adorno, é que as pessoas não apenas de fato gostam de produtos estéticos malfeitos, de baixa qualidade, vulgares, abertamente lascivos etc., mas também sentem prazer pelo fato de o objeto contrariar, de forma destrutiva, padrões e critérios mais ou menos bem estabelecidos de bom gosto. Trata-se de uma espécie de gozo com uma corrosão, vivenciada intimamente, do que representa a “alta” cultura. Não é difícil perceber que está em jogo a ideia de *transgressão* como sentido próprio do mau gosto, mas, por mais paradoxal que seja, essa atitude transgressiva é assimilada de forma tão íntima, interna, que dizemos que *as pessoas gostam de algo que elas mesmas não gostam*, tendo como uma de suas motivações exatamente o fato de reprovarem a qualidade estética daquilo com que se comprazem. Não se trata apenas de um prazer de *agressão* às normas do bom gosto, ou seja, como

---

sucessos de cultura de massa, então é o fato de não poderem ser fruídos [*geniessen*; literalmente: gozados (experimentadas com prazer)]” (*Fetisch* 19).

<sup>27</sup> Cf. Derrida, “Economimesis”.

<sup>28</sup> Cf. os verbetes “Deslocamento”, “Condensação” e “Processo psíquico primário”, do *Vocabulário da psicanálise*, de Jean Laplanche e Pontallis.

algo dirigido apenas ao outro, ao que é externo, pois é como se a pessoa investisse seu próprio ser como elemento de contrariedade do âmbito culturalmente assente em termos sociais. Se, na perspectiva de Kant, tem-se inicialmente um prazer imediato e um comprazimento mediado por uma atitude mais reflexiva, que consiste em um movimento de avaliação racional, em nossa perspectiva do mau gosto este segundo nível de gozo com os objetos seria precedido por um movimento semelhante de ajuizamento, de julgamento da qualidade do objeto como sendo esteticamente ruim.

Podemos perfeitamente compartilhar com Adorno seu posicionamento interrogativo, de incompreensão cética, perante a adesão de muitas pessoas a produtos estéticos de muito baixo nível, mas a resposta, em vez de tender a retirar de cena a densidade própria dos mecanismos inconscientes que sustentam a subjetividade, coloca-os no centro do problema, de modo que, diante da pergunta sobre uma música de extremo mau gosto: “Como alguém pode gostar de uma porcaria dessas?”, diremos: o fato de ser ruim faz parte do que gera o prazer de ouvir tal música. É um dos ingredientes essenciais de um desejo de anular concreta- e intimamente um estado de coisas externo vivido como doentio em seu brilho adocicado e cada vez mais distante de um redemoinho absurdamente incompreendido de emoções, desejos e valores muito pouco “nobres”, negados pelo véu que a cultura tece sobre estratos mais sombrios de nossa realidade interior, inconsciente. O caráter abjeto, vulgar, baixo, acintosamente lascivo adquire uma visibilidade no modo como a forma estética se constitui em uma agressividade às vezes estridente, assumindo-se como uma ironia mordaz e corrosiva perante certos aspectos do âmbito estético que configurem alguma forma de valor social.

Isso não significa dizer, entretanto, que músicas, livros ou filmes de mau gosto representem, devido a essa mesma característica, uma exposição de elementos pulsionais ou conteúdos inconscientes de forma imediata, direta. A ideia é que se trata de uma forma de usufruir da negação da cultura “nobre” como mediação necessária para uma expressão paradoxal de um *gozo narcisista*. Experimenta-se a afirmação de si na medida em que se percebe como distante de parâmetros de aceitabilidade socialmente admitidos.

Essa dimensão de agressividade aos valores estéticos estabelecidos, entretanto, não deve ser tomada de forma literal, como se explicasse apenas a circunstância em que certas manifestações artísticas são usufruídas coletivamente ou na presença de pessoas que visivelmente podem não compartilhar do mesmo gosto. Esse comprazimento com o que é ruim esteticamente aponta principalmente para uma vivência íntima, pessoal, que não necessita do compartilhamento real, em circunstâncias concretas de sua socialidade para que essa dimensão narcísica se faça valer, embora, obviamente, essas circunstâncias sociais concretas reforcem a percepção de afronta a ideais de cultura, propiciando uma facilitação psíquica no comprazimento com o que é de mau gosto ao personificar externamente a si aquele que incorpora, representa certo valor.

Prazer e desprazer, desse modo, não podem ser tomados apenas como índice de um juízo *total* sobre as obras. Assim como Adorno insiste em que cada parte e detalhe de uma obra de arte somente ganha seu significado por se inserir em um todo, constituindo-o e ao mesmo tempo se nutrendo de sua significatividade retrospectiva, as fontes de incitamento ao prazer, seu adiamento, antecipação, recusa, como também as diversas formas de desprazer, desde as mais sutis e até as mais evidentes — tudo isso são elementos constituintes do modo como reagimos às obras, de modo que nossa resposta “global” a elas pode perfeitamente ser mediada por seu valor estético em sentido mais estrito, que pode ser bem propriamente baixo.



Por fim, a relação de nosso posicionamento com o de Nietzsche.

No §77 de *A gaia ciência*, o elogio da vulgaridade se aproxima de nossa consideração do mau gosto como ligado à negação da bela aparência. Uma diferença fundamental, entretanto, é o fato de que consideramos o mau gosto dentro de um movimento de reflexão fundado em associações fantasísticas inconscientes, de modo que a vulgaridade, por si, não é tomada por nós como necessariamente marcada pela ideia de mau gosto. Insistimos especialmente na ideia de reflexividade como mediação necessária para um gozo narcísico, devedor de uma corrosão dos ideais da cultura vividos pela e na própria pessoa. O tom geral daquele aforismo nietzschiano caminha no sentido de perceber a dimensão imediata, sanguínea, corporal do mau gosto — bastante salientada na leitura de Perniola através do conceito de desgosto e usada por ele em sua análise sobre a cultura de massa —, o que pode ser visto pela recorrência à ideia de animalidade: “o animal tem tanto seu direito quanto o ser humano: então ele pode perambular livremente, e você, meu caro semelhante, ainda é também este animal, apesar de tudo!”.

Na medida em que envolva a mediação fantasística, dentro de um regime complexo de planos desiderativos para a apreciação da obra em suas diversas dimensões, o mau gosto pode ter seu direito de se afirmar — tal como é dito no início do aforismo — tanto ao se ligar a elementos próximos de uma sexualidade abertamente vivida como tal, quanto também em formas estéticas mais sutis, em que tais processos de mediação reflexiva não envolvam a explicitação de conteúdos tão imediatamente sexuais, agressivos, escatológicos etc. Desse modo, cremos que nossa leitura do mau gosto produz uma concepção que, por assim dizer, abrange os posicionamentos afirmativo e depreciativo do mau gosto presentes em *A gaia ciência* e *Humano, demasiado humano*, respectivamente. Isso se dá devido a que não *polarizamos* nossa perspectiva entre este elogio da imediatidade corporal, no primeiro caso, e a depreciação da imaturidade, no segundo. Interessa-nos bem menos tais qualificações do que o princípio subjetivo inconsciente da mobilidade das imagens, fantasias e representações que nutrem internamente o sujeito e o impelem a assimilar a cultura em virtude das vicissitudes de seu desejo inconsciente. — Que disso provenha uma atitude “heróica” de enfrentamento da hipocrisia cultural, ou uma imaturidade do juízo estético ou uma regressão infantilizada, temos aí o espaço próprio para o modo com que o ser humano resulta da leitura inconsciente que faz da cultura que o forma.

## Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor Wiesengrund. “Anmerkungen über deutsches Musikleben”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.17, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.167-188.
- \_\_\_\_\_. “Beiträge zur Ideologienlehre”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.8, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.457-77.
- \_\_\_\_\_. “Einleitung in die Musiksoziologie”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.14, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.169-433.
- \_\_\_\_\_. “Freizeit”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.10.2, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.645-55.
- \_\_\_\_\_. *Minima moralia*. In: *Gesammelte Schriften*, vol.4, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997.
- \_\_\_\_\_. “Reflexionen zur Klassentheorie”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.8, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.373-91.
- \_\_\_\_\_. “Sobre música popular”. Tradução de Flávio R. Kothe. In: *Theodor W. Adorno* (Coleção Sociologia). São Paulo: Ed. Ática, 1986, pp.115-146.

- \_\_\_\_\_. “Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.14, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.14-50.
- \_\_\_\_\_. “Über Jazz”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.17, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.74-108.
- \_\_\_\_\_. “Valéry's Abweichungen”. In: *Noten zur Literatur II. Gesammelte Schriften*, vol.11, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.158-202.
- \_\_\_\_\_. “Zum Verhältnis von Soziologie und Psychologie”. In: *Gesammelte Schriften*, vol.8, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997, pp.42-85.
- ADORNO, Theodor Wiesengrund & HORKHEIMER, Max. *Dialektik der Aufklärung*. In: ADORNO, Theodor Wiesengrund. *Gesammelte Schriften*, vol.3, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997.
- DENORA, Tia. *After Adorno: Rethinking Music Sociology*. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2003.
- DERRIDA, Jacques. “Economimesis”. Tradução de R. Klein. *Diacritics*, Vol.11, número 2, 1981, pp.3-25.
- GRACYK, Theodore. “Adorno, Jazz, and the Aesthetics of Popular Music”. *The musical Quarterly*. Vol.76, número 4, 1992, pp.526-42.
- HONNETH, Axel. *Critic of Power*. Tradução de Kenneth Baynes. Cambridge: The MIT Press, 1993.
- LAPLANCHE, Jean & PONTALIS, Jean-Batiste. *Vocabulário da psicanálise*. Tradução de Pedro Tamen. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- MARKUS, György. “Adorno and Mass Culture: Autonomous Art Against the Culture Industry”. *Thesis Eleven*, 2006, pp.67-86.
- MOORE, Allan F. (ed.). *Analyzing Popular Music*. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2003.
- NIETZSCHE, Friedrich W. “Die Fröliche Wissenschaft”. In: COLLI, Giorgio & MONTINARI,azzino (Eds.) *Friedrich Nietzsche. Kritische Studienausgabe*. Vol.3. Berlin: Walter de Gruyter, 1999, pp.343-651.
- \_\_\_\_\_. “Menschliches, Allzumenschliches”. In: COLLI, Giorgio & MONTINARI,azzino (Eds.) *Friedrich Nietzsche. Kritische Studienausgabe*. Vol.2. Berlin: Walter de Gruyter, 1999, pp.9-704.
- PADDISON, Max. “The critique criticised: Adorno and popular music”. *Popular Music, vol.2, Theory and Method*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982, pp.201-18.
- PERNIOLA, Mario. *Desgostos. Novas tendências estéticas*. Tradução de Davi Pessoa Carneiro. Florianópolis: Ed. UFSC, 2010.
- SCRUTON, Roger. *Beauty*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- WALL, TIM. *Studying Popular Music Culture*. London: Arnold, 2003.
- WITKIN, Robert W. *Adorno on Popular Culture*. London e New York: Routledge, 2003.