



### Mário Vieira de Carvalho

[CESEM, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa]

Professor Catedrático Jubilado de Sociologia da Música na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, onde exerceu as funções de Presidente do Conselho Científico e de Vice-Reitor. Membro da Direção do CESEM, Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical, que fundou em 1997, da Direção da Academia Europeia de Teatro Lírico (Viena), e da Academia das Ciências de Lisboa. Secretário de Estado da Cultura do XVII Governo Constitucional de 2005 a 2008. Licenciado em Direito pela Universidade de Lisboa (1968) e doutorado em Ciências Musicais pela Universidade Humboldt de Berlim (1985). Livros mais recentes: *Por lo imposible andamos. A ópera como teatro de Gil Vicente a Stockhausen* (2005); *A Tragédia da Escuta: Luigi Nono e a Música do Século XX* (2007); *Escutar a Literatura: Universos sonoros da escrita* (2014); em co-autoria com o filósofo Fernando Gil, *A 4 mãos: Schumann, Eichendorff e outras notas* (2005); como coordenador, *Expression, Truth, Authenticity: On Adorno's Theory of Music and Musical Performance* (2009).

## Abertura

# A música na era da sua reprodutibilidade digital

Mário Vieira de Carvalho

Com a possibilidade de reprodução técnica, que irrompeu na música no dealbar do século XX, ocorre um *efeito de descontextualização* que se estendeu a todos os géneros e culturas musicais. A “música autónoma” de tradição europeia, que se desenvolvera nas salas de concertos desde meados do século XVIII, dando origem a uma nova cultura da escuta, separou-se dessa sua estrutura sociocomunicativa originária. A ópera e outros géneros músico-teatrais abandonaram o teatro: as vozes separaram-se das personagens, o discurso musical desligou-se da ação cénica. A música sacra perdeu o seu envólucro litúrgico. Enfim, toda a imensa variedade da experiência musical, nas suas múltiplas manifestações vinculadas a identidades locais, aos seus rituais e símbolos culturais, dissociou-se dos *mundos vividos* em que havia emergido e de que fazia parte integrante, e – assim *descontextualizada*, inteiramente absorvida pelo sistema dos *mass media* – passou a circular em suportes fonográficos a uma escala cada vez mais global. Através da sua reprodução técnica, as mais diversas manifestações musicais tornaram-se livremente apropriáveis nos mais diversos contextos da vida quotidiana. As emoções, os diferentes tipos de *ethos*, os valores simbólicos por elas suscitados passaram a ter muito menos a ver com o contexto sociocultural da sua emergência do que com as estratégias de apropriação.

O leque é inesperadamente variado, como escrevi noutra ocasião: pode ir desde o uso de Mozart como musicoterapia em clínicas da especialidade ao uso de canções infantis norte-americanas como tortura, aplicada vinte e quatro horas por dia a prisioneiros de Guantánamo em fase de interrogatório. A música pode ser recebida, ora como abertura a uma alteridade cultural, ora, pelo contrário, como sintoma de intolerância ou até de genocídio,

como já o fora outrora nos campos de concentração nazis ou, muito antes, em contextos coloniais. Através dos suportes fonográficos, qualquer música passou a poder ser apropriada por qualquer um e a constituir-se, a bem dizer, como reflexo de um *ethos* ou caráter individual (cf. Carvalho 2013, 295-296). A partir da oferta do mercado, o “consumidor” de música compõe o seu próprio pacote de emoções, a sua própria ementa de usos ou funções musicais, com os quais se identifica como indivíduo ou em que se reconhece na sua pertença a um grupo.

## A reprodutibilidade técnica e a desestetização da arte

Como já sugeria Walter Benjamin no seu célebre ensaio de 1936 sobre “a obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”, esta, liquidando a experiência da *aura*, invertia a relação autoritária na comunicação. O recetor era deslocado da “absorção contemplativa” (como, por exemplo, a que é típica das salas de concertos) para um novo tipo de desempenho “social”, caracterizado por uma atitude “distraída”, tal como a desencadeada pelo “efeito de choque do cinema”. O “recolhimento” perante a obra de arte – um “comportamento associal” com origem no “arquétipo teológico” da comunicação (estar “a sós com Deus”) – era substituído por uma *attention soutenue* ou “intensificada presença de espírito.”<sup>2</sup> O cinema, tanto ou mais do que a fotografia, valia aqui como paradigma, não por se fundar numa técnica de reprodução (na tradição de outras técnicas de reprodução: cunhagem, gravura, etc. e, mais tarde, registo de som), mas antes por ser *uma arte a cujo processo de criação a reprodutibilidade era inerente*, isto é, que só existia como *reprodutível*. Nesta última aceção, a reprodutibilidade suprimia a própria distinção entre original e reprodução e, portanto, a experiência da “aura”: se não havia “original” também não podia haver a experiência da sua “autenticidade” como exemplar único inscrito no respetivo envólucro (a *praxis* ritual legada pela tradição).

A reprodução técnica do som, na sua primeira variante (reprodução de um “original” preexistente), é concretamente mencionada por Benjamin como exemplo da transformação operada: uma obra coral, executada em direto numa catedral ou ao ar livre, passava a ser ouvida, por exemplo, num quarto. A técnica de reprodução separava o reproduzido da esfera da tradição e, na medida em que multiplicava as reproduções do reproduzido, colocava no lugar da ocorrência única ou irrepetível deste último a sua ocorrência massiva. Isso implicava uma importante consequência: a *atualização* do reproduzido, no sentido em que a obra – valha o exemplo da peça coral – podia ser apropriada pelo recetor na situação em que este se encontrava. A obra perdia a sua “autoridade” a favor da autoridade que sobre ela passava a exercer quem dela assim se apropriava.

<sup>2</sup> Ver Benjamin 2012, p. 194 (versão francesa publicada em 1936) e p. 244 (redação final da versão alemã, publicada postumamente só em 1974, e não ainda na primeira edição dos escritos em 1955). Na época do esplendor da burguesia – diz Benjamin a respeito do arquétipo teológico – a liberdade de sacudir a tutela clerical fortificara-se por essa via. Na época da decadência burguesa, tal comportamento “associal” podia favorecer a tendência latente a subtrair aos assuntos da comunidade as poderosas forças que o indivíduo isolado mobiliza na frequentação de Deus (cf. respetivamente *ibid.*, pp. 193 e 243).

Na operação descrita nestes termos por Benjamin, contém-se, a meu ver, um lugar paralelo das suas teses sobre história: o estilhaçar do *continuum* da história (da tradição), arrancando-lhe um fragmento que se nos apresenta carregado de “tempo atual” (*Jetztzeit*). Em ambos os casos, há uma “atualização”, por via da qual a autoridade de quem a opera se substitui à autoridade da tradição. Quem a opera passa, deste modo, em ambos os casos, duma posição passiva para uma posição ativa perante a tradição ou, por outras palavras, de objeto da tradição para sujeito ou ator que questiona ou se rebela contra essa mesma tradição. O “impulso destrutivo” é aí “tão forte” como o “impulso de salvação”, à semelhança da tarefa que Benjamin atribuía à “autêntica historiografia”: salvar o transcorrido “de um certo modo da sua tradição”, do modo como era apreciado como “herança” (cf. Benjamin 2010, 128).

Entretanto, a reproduzibilidade técnica, no sentido da multiplicação de reproduções de um original, está simultaneamente na origem da “indústria da cultura” e da produção em massa de música como mercadoria, grande parte dela fabricada segundo critérios padronizados em função das preferências de diferentes tipos de consumidores ou nichos de mercado (cf. Adorno e Horkheimer 1998, 141-191). As retroações *cumulativas* entre os agentes de produção, os *gate keepers* e os consumidores levam à reprodução de receitas ou *clichés* que retiram espaço à diferença individual, ou à *chance* de a descobrir e afirmar. Neste sentido, a reproduzibilidade técnica pode ter o efeito contrário ao postulado por Benjamin, e – como pretende Adorno – induzir ainda mais à passividade. Pode, enfim, traduzir-se na recursiva “duplicação daquilo que já é” (Adorno 2008, 208),<sup>3</sup> limitando drasticamente os horizontes da experiência e impedindo a abertura ao novo e ao diferente.

Como já notei noutra ocasião,<sup>4</sup> o facto de a sociologia e a psicologia privilegiarem ultimamente, na investigação empírica, os usos da música (mormente música gravada) pelo “consumidor” é, em si mesmo, sintoma das grandes transformações ocorridas nos sistemas de comunicação musical. Tornou-se gigantesca a assimetria entre a circulação globalizada de música como objeto sonoro (agora objeto sonoro virtual) e as situações locais de interação sociocomunicativa em que prevalece o *modelo cooperativo*, isto é, em que músicos e público, produtores e recetores, cooperam no processo de formação de sentido. A música tanto mais se infiltra por todo o lado no nosso quotidiano quanto mais se reifica como objeto apropriável desligado da comunicação entre quem a usa e quem a faz, muitas vezes desligado também duma partilha ou comunhão coletivas (resta uma espécie de comunicação solipsista da pessoa consigo própria).

Autores de alguns desses estudos, como Tia DeNora (2000; 2010), Antoine Hennion (1993), Peter J. Martin (2007, especialmente pp. 181-224), têm acentuado, por um lado, e com razão – seguindo a viragem pragmática (pós-estruturalista) que ocorreu nas ciências da linguagem e, em geral, nas humanidades – o papel determinante do contexto e da *praxis* intersubjetiva na

<sup>3</sup> Esta obra recolhe uma série de lições proferidas por Adorno na Universidade de Frankfurt no semestre de Verão de 1964, agora objeto de edição póstuma. Ver síntese desse esboço de “teoria social” de Adorno na “Introdução” a *Expression, Truth, Authenticity: On Adorno's Theory of Music and Musical Performance* (Carvalho ed. 2009).

<sup>4</sup> Retomo a partir daqui, na primeira parte deste trabalho, mas com alguns desenvolvimentos, os argumentos aduzidos em “*Ethos e Pathos na experiência da música*” (Carvalho 2013, 295-300).

produção de sentido, contrapondo-o ao paradigma semiótico (estruturalista) da indagação da significação na imanência da linguagem (inclusive das obras de arte).

Tais estudos, bem como outros, no domínio da psicologia e da neurobiologia, nos quais a música é equiparada a outros “materiais semióticos” com que se lida no quotidiano, analisam comparativamente (e classificam) as reações emocionais dos ouvintes aos estímulos sonoros e investigam as estratégias de vida ao serviço das quais os usos da música são colocados. Por outro lado, porém, ao desvalorizarem, não raro radicalmente, a abordagem hermenêutica, tendem também a relegar para o museu das velharias inúteis o conceito de *obra de arte*, o qual ainda continuava presente na teoria de Benjamin e era central como objeto de investigação na sociologia da música de Adorno. Howard S. Becker, por exemplo, é taxativo ao denegar a pertinência do conceito de “obra de arte” para a pesquisa sociológica: “tal coisa” – *the work itself* – “não existe”:

...it is impossible, in principle, for sociologists or anyone else to speak of the ‘work itself’ because there is no such thing. There are only the many occasions on which a work appears or is performed or read or viewed, each of which can be different of all the others (Becker 2006, 23).

De resto, Becker cai em contradição, pois acaba por falar de “obra”, diferentemente executada, lida ou presenciada. Ora sobre esta questão, que podia ser sintetizada na expressão “co-produção do sentido” pelo intérprete ou pelo recetor, há uma imensa literatura que teria de ser levada em consideração. O que Becker nos oferece é uma versão da “teoria da receção” ou da “teoria da interpretação” demasiado simplista, que não resiste ao confronto com abordagens como, por exemplo, as de Theodor W. Adorno, Walter Benjamin, Hans-Georg Gadamer, Hans-Robert Jauss ou, mais modernamente, Stuart Hall, entre outros. A corrente da sociologia da arte e /ou da música em que ele se inscreve tende assim para uma espécie de “cientismo sociológico”, afinal mais consentâneo com o paradigma da ciência moderna do que com a crítica ou “desconstrução” pós-moderna desse paradigma, a qual aliás conta Adorno e Horkheimer entre os seus precursores (Adorno e Horkheimer 1998). Uma das consequências desse “cientismo” seria excluir, à partida, qualquer tentativa de abordar um artefacto – independentemente de ser ou não ser considerado arte – na perspetiva da sociologia, como se o artefacto “em si” jamais pudesse ser perscrutado enquanto objeto sociológico, isto é, objeto socialmente preformado, portador de informação sobre a sociedade em que emergiu e facto social (por sua vez, gerador de interação social). Estas dimensões pressupõem, no caso da “obra de arte”, o reconhecimento sociológico de que ela se manifesta enquanto tal no âmbito de sistemas sociocomunicativos dinâmicos que concorrem e estão estruturalmente conectados com outros em que as sociedades se diferenciam, num permanente jogo de autorreferências e heterorreferências. Ciência e arte, por exemplo, coexistem como sistemas sociocomunicativos dotados de relativa autonomia, ambos produtores de sentido, ambos até produtores de conhecimen-

to. Um não pode “decretar” a “inexistência” do outro. Pelo contrário, a história demonstra que ambos se fecundam mutuamente. É tão absurdo decretar a inexistência da “obra de arte”, em nome da ciência (neste caso sociológica), como seria decretar a inexistência de um qualquer facto científico em nome da arte. A sociologia não pode arrogar-se um ponto de vista absoluto sobre a realidade social, pois ela própria a integra como subsistema de comunicação regulado por autorreferências e heterorreferências. A observação das observações começa na auto-observação do cientista e não se esgota na observação das estratégias de receção, antes tem de incluir também, potencialmente, aquelas que se encontram condensadas no próprio objeto estético.

Certo é, porém, que a *affordance* de emoções proporcionada pela música tem sido apresentada pela referida corrente sociológica como comprovativa de que o *artístico* ou o *estético* escapa ao horizonte da receção. DeNora, referindo-se às “unidades de afeto, como ingredientes ativos na organização do *self*”, conclui da sua investigação empírica (envolvendo também músicos-amadores), que o conceito de obra musical, como unidade significativa, é inteiramente irrelevante. Isso – afirma ela – deixaria Adorno “desapontado” (DeNora 2000, 61). Creio, porém, que Adorno não ficaria nada desapontado, pois veria aí, precisamente, a comprovação da sua crítica da indústria cultural e dos padrões de consumo hegemónicos e hoje globalizados. Uma das consequências da redução da música aos seus efeitos emocionais – quer nas versões mais ou menos *hard* da sua manipulação como instrumento de guerra e de tortura (cf. Goodman 2010) ou como indutora subliminar de *shopping*, quer nas versões mais *soft* de música de fundo para um *barbecue*, para um *mood* de entrega amorosa, ou para aeróbica (DeNora 2000, pp. 19, 55 e 91) – é, como já diagnosticava Adorno, a *Entkunstung der Kunst*, “desestetização do estético” ou a liquidação do que é *arte* na *arte*. Como *tabula rasa* de “projeções subjetivas”, a “obra de arte” – cuja centralidade, insisto, ainda era reconhecida na teoria de Benjamin – é “desqualificada”, *reifica-se*, torna-se “uma coisa entre as coisas”: “O que as obras de arte reificadas já não dizem substitui-o o observador pelo eco *standardizado* de si próprio que ele ouve nelas. Este mecanismo é acionado pela indústria cultural e por ela explorado” (Adorno 1998, 33).<sup>5</sup>

O que Adorno diagnostica é, afinal, a inversão do desenvolvimento histórico que levou, desde meados do século XVIII, à emancipação da música como um *medium* autónomo. Colocada de novo ao serviço de finalidades heterónomas, qualquer música gravada pode ser hoje usada como o era outrora a Orquestra de Mannheim – considerada modelo inatingível de perfeição técnica por Mozart – e como era usada, afinal, grande parte da música instrumental do mesmo Mozart, que se subsumia no cerimonial da corte, servindo de decoração sonora das *conversations amusantes* dos cortesãos, enquanto estes jogavam, comiam ou se passeavam nos salões ou nos jardins. Foi essa *heteronomia* que se tornou cada vez mais insuportável precisamente para artistas como Mozart. Adorno lembra a propósito o reparo de Wagner, segundo o qual o “ruído da loiça” dos banquetes ainda transparecia

<sup>5</sup> Provavelmente, era já também a circulação da arte como mercadoria que, em finais do século XVIII, favorecia a estratégia de apropriação formulada por Wilhelm Heintze, segundo a qual a melhor música desaparecia inteiramente na emoção por ela representada: nem se reparava nela (cf. Heintze 1903, 14).



em alguma música do próprio Mozart (cf. Adorno 1998b [1956]). Dir-se-ia, por isso mesmo, que a própria ideia de liberdade, o processo de “libertação da individualidade”, a “luta pelo reconhecimento” enquanto momento de emancipação social, são indissociáveis da emergência do *estético* e, mais tarde, da *arte autônoma*. Como diz Adorno, “o supra estético” da arte é “mediado esteticamente”: “em arte, o que é mais do que arte só pode ser veiculado através da arte, através do cumprimento das suas exigências imanentes”, e não na medida em que ela “se subsume em propósitos que lhe são exteriores”. E prossegue: “Toda a música que, desde a era da Revolução Francesa, participou, no conteúdo e na forma, na ideia de liberdade, pressupõe a emancipação de finalidades heterônomas” (*Ibid.*, 71).

Ora, voltando aos referidos estudos sociológicos, a maior parte deles verifica empiricamente o retorno do “ruído da loiça” no uso cotidiano da música como objeto sonoro, mas não se interroga aparentemente, nem sobre a perda da *experiência da arte enquanto arte*, nem sobre o que essa perda representa tanto para “a tecnologia do eu” como para a *praxis* social, nem ainda sobre as condições sociológicas, sociopsicológicas ou culturais geradoras do fenômeno. Talvez por arrastamento, até as ciências da educação parecem contabilizar agora essa perda como um ganho, lançando o conceito de educação musical *sem* educação estética (*anti-aesthetic turn*).<sup>6</sup> Tudo sinais de que a construção social do conhecimento, da experiência e da realidade não deixa de fora o próprio conhecimento científico.

Mas em que consiste, afinal, a especificidade da arte como *medium* de comunicação autônomo?

Luhmann aproxima-se de Adorno quando considera ser a dicotomia *belo/não-belo* o código de comunicação específico do sistema artístico, ainda que admita a variação histórica ou contextual do conceito de *belo*, que pode ser lido também, na sua perspectiva, como *conseguido* (Luhmann 1995). Mas, ao contrário de Luhmann, que, de certo modo, se contenta com uma caracterização formal do sistema de comunicação *arte*, Adorno, invocando o *Fedro* de Platão, remete explicitamente para a ideia de Belo experienciado “como se dum anseio se tratasse”, ou seja “somente na figura da fratura [*Bruch*] que nos separa dele”. Expressão artística seria simultaneamente expressão de um déficit, desse anseio numa consonância que os processos civilizacionais fraturaram. Dela fariam parte “essencialmente, e não por mero acidente, o sofrimento, a dor, a dissonância” (Adorno 1958/59, 147-148).<sup>7</sup> Por isso, à arte como *promesse du bonheur* de Stendahl contrapõe Adorno a arte como “promessa de felicidade quebrada”: “Como toda a felicidade com e no *status quo* é um sucedâneo e é falsa, a arte tem de quebrar a promessa para ser fiel ao prometido”. A indústria cultural tinha o seu momento de verdade “ao satisfazer uma necessidade substancial que nasce do crescente falhanço da sociedade”, mas “pelo tipo de satisfação proporcionada” – uma satisfação enganosa – tornava-se “absolutamente falsa” (Adorno 1998a, 461).

<sup>6</sup> Ver discussão em Alpers 2010, 171-193.

<sup>7</sup> Este volume reúne pela primeira vez, em edição póstuma, as lições proferidas por Adorno na Universidade de Frankfurt em 1958/1959.

Não me recordo de que Adorno alguma vez se tenha referido a práticas da música tradicional como alternativa à standardização operada pela indústria cultural. Julgo, porém, particularmente oportuno – no contexto de um colóquio de homenagem a Armando Leça – deixar aqui apontada a questão. Na verdade, em algumas dessas práticas tradicionais, encontram-se seguramente manifestações que podem aproximar-se do conceito adorno de experiência estética. Refiro-me a situações sociocomunicativas em que a música ainda não se constituiu como *sistema* comercial ou administrado, *dissociado* das crenças, valores, sentimentos de pertença, laços de solidariedade, que dão sentido à existência da comunidade e dos seus membros, ao seu *mundo vivido*. Tais situações, em que a comunicação musical é alheia à produção de arte como mercadoria e à própria divisão de trabalho entre produtores e consumidores, são hoje cada vez mais raras, mas em Portugal ainda foi possível captá-las em registo fonográfico (mais tarde também fílmico) graças nomeadamente ao labor pioneiro de Armando Leça e de outros que se lhe seguiram, como Michel Giacometti em colaboração com Lopes-Graça.<sup>8</sup>

Neste sentido, a especificidade da experiência estética não é privilégio da arte autónoma, bem pelo contrário: é consubstancial às manifestações tradicionais das quais o sistema artístico – enquanto sistema dotado de relativa autonomia nas sociedades mais complexas – originariamente emanou. Um antropólogo como Gregory Bateson reconhece a especificidade da experiência estética nas práticas tradicionais e caracteriza-a como uma atividade de conhecimento que transcende os limites da racionalidade. Segundo Bateson, a arte pertence a níveis mais profundos da mente: os do inconsciente, em que reinam os processos primários. Enquanto a “racionalidade teleológica” (*purposive rationality*) localizada na consciência, não só “distorce” mas também se tem revelado “destruidora da vida”, a arte proporciona “conteúdo de verdade” (*truth-content*), “desempenha um papel corretivo” ao “manter” a “sabedoria” (Bateson 1999, 135 e 137). Bateson toma assim a Freud o “inconsciente estético” que é também constitutivo da teoria estética de Adorno bem como, mais recentemente, da de Rancière. Ao enfatizar esta dimensão, este último critica mesmo Freud por tentar descodificar paradoxalmente em termos de *logos* o *pathos* das obras de arte (Rancière 2001).

O que afasta Bateson de Luhmann e parece aproximá-lo de Adorno (talvez também de Rancière) é o facto de atribuir à arte uma dimensão ontogenética. Para Bateson, a arte desempenha um papel insubstituível como atividade mais profunda (inconsciente) de conhecimento que “ajuda” a consciência e, por isso, é uma importante componente de três sistemas “cibernéticos, homeostáticos” fundamentais: “o organismo humano individual, a sociedade humana e o ecossistema mais amplo” (*Ibid*, 446).

De qualquer modo, e como referi logo de início, a partir do momento em que as práticas tradicionais passam a circular em suportes fonográficos, elas também são, por sua vez, inevitavelmente sujeitas ao *efeito de descontextualização*. Isso não exclui, porém, à partida, nem que deles se apague sem deixar rasto a experiência estética, nem que o potencial

<sup>8</sup> Ver discussão um pouco mais desenvolvida deste tópico, em particular com referência a Lopes-Graça, em Carvalho 2012, 157-166.



de comunicação desta se extinga irremediavelmente no contexto da recepção. Sobretudo, porém, inferir-se da investigação empírica dos usos da música que a “obra de arte” ou a “experiência estética” não existem ou são irrelevantes, sem se examinar simultaneamente as condições socioculturais, económicas e de poder que enquadram, padronizam e predefinem (não raro autoritariamente) esses usos, pode satisfazer uma abordagem sociológica positivista, mas não uma abordagem mais ambiciosa, que vise uma hermenêutica crítica das práticas sociais: uma hermenêutica crítica que procure captar nomeadamente, neste caso, a *dialética* que se manifesta na reproduzibilidade técnica e que tem tão eloquente expressão no confronto Adorno/Benjamin.

## **Da estética do consumo à emergência das esferas públicas digitais**

Se verificamos, por um lado, a tendência à *desestetização da arte*, também verificamos, por outro, um movimento paralelo de *estetização da mercadoria*, que remonta aos primórdios da economia de mercado, mas que atingiu o seu ponto culminante nos nossos dias com o desenvolvimento da chamada economia de consumo e a expansão e intensificação a nível planetário das estratégias de *marketing* e publicidade. Um estudo clássico de Wolfgang Fritz Haug, *Crítica da Estética da Mercadoria*, publicado em 1971 (Haug 1971), punha já em evidência como a metáfora do *feitiço* da mercadoria em Marx era habilmente aproveitado para promover as vendas: manipulava-se o consumidor através da *sugestão* – isto é, duma *promessa de valor de uso* – que se materializava na atrativa superfície da mercadoria e que surgia em lugar do *valor de uso* real desta. Segundo Haug, o efeito de reificação que daí decorria condicionava unilateralmente a estrutura das necessidades humanas e acabava por afetar a cultura no seu todo, transformando-a em “cultura de reclame”, na expressão de Adorno.

Mais recentemente, a crítica à estetização da mercadoria tem-se radicalizado. O americano Benjamin Barber, num livro de 2007, intitulado *Consumido! Como os mercados corrompem as crianças, infantilizam os adultos e engolem os cidadãos* (Barber 2007), defende a tese de que a mobilização da atenção dos consumidores pelo *marketing* contraria o engajamento político-social e leva à dessolidarização. O próprio Haug publicou em 2009 um aditamento à sua obra, com o título *Estética da Mercadoria no Capitalismo da Alta Tecnologia* (Haug 2009), no qual aborda a extensão à internet do consumo de massas. A questão crucial é a de que o sistema económico capitalista cultiva uma constante expansão e intensificação de desejos – exploração das emoções através das qualidades estéticas atribuídas às mercadorias – que, nas palavras de Zygmunt Bauman, transforma o próprio consumo na força principal impulsionadora da sociedade: leva, enfim, ao *consumismo*, com todas as consequências negativas correspondentes, quer políticas, quer ecológicas (Bauman 2007).

Numa obra coletiva recentemente publicada, *Estética da Mercadoria – Novas Perspetivas sobre o Consumo, a Cultura e a Arte*,<sup>9</sup> onde se procede a um balanço crítico das abordagens em presença e se alarga e atualiza o debate, põe-se, porém, em evidência uma outra face do problema, designadamente o papel emancipatório que pode ter o acesso ao consumo. Heinz Drügh, na sua introdução à referida obra, formula, a este respeito, as seguintes questões:

- em que medida é que as mercadorias incorporam sempre significados e práticas culturais que são importantes para a formação da personalidade;
- se, por isso, não deverá postular-se antes a *ambivalência* e as contradições do consumo e reconhecer a produtividade de certos momentos da *estética* da mercadoria, em vez de nos contentarmos com uma visão unilateral e demasiado redutora (remete para Georg Simmel, Walter Benjamin e Roland Barthes) (Drügh, Metz e Weyand 2011, 14-15).

Também Alex Honneth, na sua recente obra *O Direito da Liberdade – Princípios de uma Moral Democrática* (Honneth 2011), sublinha o lado emancipatório da cultura de consumo, que não é de hoje, antes remonta já à Inglaterra do século XVIII onde aparece ligada à noção de *comfortable*, levando a uma diversificação da oferta de artefactos cobiçados. Honneth cita a propósito o “Sistema das Necessidades” (*System der Bedürfnisse*) da *Filosofia do Direito* de Hegel e defende o ponto de vista de que “com o estabelecimento gradual da economia de mercado surge mais uma dimensão da nova forma de liberdade individual, a qual, enquanto sistema de práticas até então desconhecidas, vai codeterminar decisivamente a partir daí a cultura das sociedades modernas”. Essa nova dimensão – prossegue Honneth – decorre das “possibilidades de compra individual abertas pelo mercado de bens”. Por via do “prazer da procura de mercadorias e da satisfação proporcionada pela sua aquisição”, as pessoas “aprendem a proceder como consumidores” que têm a liberdade “de formar a sua vontade pessoal e, desse modo, a sua identidade” (*Ibid.*, 362).

Para Hegel, portanto, aquilo que associamos hoje à ideia de *consumo*, com uma carga negativa, constituía, afinal, um progresso importante no estabelecimento da liberdade individual, um “*medium* abstrato de reconhecimento mútuo que, através de atividades complementares, permitia realizar cooperativamente a liberdade individual” (*Ibid.*, 362-362). Só no século XIX, ainda segundo Honneth, é que começam a manifestar-se a tendência à manipulação das necessidades e o conseqüente “consumo demonstrativo” de que fala Veblen em 1899 e que, mais tarde, Bourdieu designará como “distinção simbólica” (cf. Veblen 1979, 364 e Bourdieu, 1979, *cit. in* Honneth 2011, 364). É, aliás, esse consumo demonstrativo ou ostentatório que Honneth observa estar a regressar agora de novo em força, em plena euforia neoliberal, após quase um século de lutas sociais que obrigaram as classes dominantes a refrearem ou dissimularem, por razões morais, os sinais exteriores de riqueza (Honneth 2011, 400-401).

<sup>9</sup> Ver a introdução de Drügh, na qual me baseei para introduzir a questão (Drügh, Metz e Weyand, 2011, 9-44).

Seja como for, tal não invalida o momento de formação da identidade e de realização pessoal ligado às práticas de consumo. Eva Illouz, entre outros, tem investigado particularmente a dimensão emocional do consumo, estabelecendo uma relação entre emoção e imaginação, entendida como “desenvolvimento de fantasias culturais localizado socialmente”. Imaginação que constituiria, para ela, o elo de ligação entre emoção e consumo.<sup>10</sup>

Não cabe aqui desenvolver este ponto. Limito-me apenas a dar nota da posição daqueles que argumentam no sentido da *ambivalência* das práticas de consumo, ambivalência que, como vimos, tem sido também reconhecida na reprodutibilidade técnica e, por maioria de razão, na reprodutibilidade digital, que tem promovido como nunca antes o consumo da música como mercadoria.

Como funciona a lógica do consumo transposta para a internet? Num dos artigos publicados na obra coletiva *Everyday eBay: Culture, Collecting, and Desire* (Hillis, Petit e Epley 2006), a rede comercial virtual *eBay* é dada como exemplo do chamado *tecno-comunitarismo*, ou seja, das novas “comunidades eletrônicas que parecem prometer o re-encantamento da vida social e política”, mas que, na verdade, “são produtos funcionais do capitalismo de rede e não são de modo algum contrários aos seus interesses”. Os ideais dos fundadores da *eBay* de “perfeito armazém” e “perfeito mercado” pressupunham o reconhecimento dos utilizadores como “perfeitos cidadãos-consumidores”. Tratava-se de atualizar “o ideal utópico do moderno sujeito liberal – totalmente dotado de poder com respeito à classe, à raça, ao género, ou ao background económico”. Todos, na rede, tinham o poder de encontrar, obter e consumir objetos de desejo, e todos podiam simultaneamente encontrar-se nas posições de produtores e consumidores. Em suma, a tecnologia *eBay* ajudava assim a criar um novo setor económico pronto para ser colonizado pela cultura do consumo, um dispositivo virtual de envolvimento no projeto neoliberal, na medida em que, na “sociedade de rede” (*Network Society*) – como lhe chama Manuel Castells (Castells 2000) –, o trabalho tem de ser tão flexível como a informação (Lillie 2006, 88-101).

No entanto, é igualmente redutor ver as possibilidades oferecidas pela internet apenas sob esta perspetiva. Concretamente no domínio da música, gostaria de mencionar dois exemplos de novos espaços sociais que a internet torna possíveis. O primeiro é uma comunidade virtual de intercâmbio chamada *mod scene* (designação que alude a módulos de música digital que os compositores criam e trocam entre si); o segundo é a *Digitópia – Plataforma para o Desenvolvimento de Comunidades de Música Digital* que foi lançado em colaboração com a Casa da Música, na cidade do Porto.

Quanto à *mod scene*, foi estudada seguindo a metodologia etnográfica, e os resultados da investigação foram publicados em 2003 na revista *Cultural Anthropology*, com o título *Musical Community on the Internet: An On-line Ethnography*. É uma comunidade virtual continuamente alimentada pela disponibilização diária de novas composições musicais.

<sup>10</sup> Eva Illouz, “Emotionen, Imagination und Konsum: Eine neue Forschungsaufgabe”, cit. em Drügh, Metz, Weyand 2011, 47-91.

Todos os programas de *software* são de uso livre e partilhado. Não são cobrados direitos pelas cópias. A interação manifesta-se nomeadamente na troca de mensagens sobre as composições, as suas características, o *ranking* em que se encontram nas preferências de *download*, etc. Nas palavras do autor do estudo, a *mod scene* é “uma comunidade inteiramente construída por formas e práticas representacionais, incluindo hierarquias de prestígio e *status*”, “sistemas de troca informacionais”, “rituais de inclusão e exclusão” e também “drama social”, que se manifesta aqui em “narrativas de subversão da indústria da música popular”, na “resolução de conflitos entre membros da comunidade”, casos de “plágio”, etc. O traço que mais sobressai é “a maneira como os membros *usam* a tecnologia para criar, manter e representar relações sociais reais” (Lysloff 2003, 256-257). A *mod scene* evocaria assim “uma visão utópica de comunidade: circulação de música sem produção de massas, e consumo sem trocas monetárias...” – uma comunidade em que “os compositores respondem uns aos outros (e aos seus *fans*) direta e imediatamente” e que desse modo gera cooperativamente nova música (*Ibid.*, 257-258).

O projeto da Digitópia pretende colocar os novos dispositivos digitais de criação, gravação, arquivo e difusão de música ao serviço da criatividade e da liberdade expressiva do maior número. Na verdade – como diz a equipa interdisciplinar do projeto –, está em curso “uma verdadeira revolução à escala mundial quanto à forma de criar, executar, difundir e ouvir música”. Uma “relação ativa” com a música “está hoje ao alcance de pessoas que não passaram pelo processo duma educação musical formal, graças ao contínuo aumento de aplicações de *software* que permitem criar e fazer música de uma maneira simples e intuitiva”. Assim, usando as instalações da Casa da Música e o seu potencial atrativo para públicos heterogéneos, o projeto visa nomeadamente:

- desenvolver a criatividade musical em pessoas de todas as idades e origens sociais, mas principalmente entre os jovens;
- incentivar o desenvolvimento de *software* livre;
- promover a inclusão social e fomentar a emergência de comunidades musicais multiculturais;
- promover a livre circulação de conteúdos musicais.<sup>11</sup>

Temos aqui, portanto, dois exemplos em que a interação através da internet e dos suportes digitais restabelece a experiência estética na comunicação musical, tanto no plano da produção ou criação como no plano da receção. Ao contrário dos estudos empíricos atrás referidos, que proclamam o fim da *estética* – isto é, a *anestética* da música no ato de a consumir –, este tipo de comunidades digitais parece promover a reconstituição do paradigma da “arte autónoma”, já que as estratégias expressivas, a comunicação emocional/

<sup>11</sup> Cf. Rui Penha / Paulo Rodrigues / Fabien Gouyon / Luís Gustavo Martins / Carlos Guedes / Álvaro Barbosa, “Digitópia - Platform for the Development of Digital Music Communities”, in: *Proceedings of Digital Resources for the Humanities and Arts 2008*, Cambridge, 2008 (<http://ruipenha.pt/publications/>, acesso a 23/4/2012). Cf. ainda <http://digitopia-cdm.net/digitopia-pt/> (acesso a 23/4/2012).

cognitiva têm por objeto a própria música e são processadas através dela. Enquanto os *mass media* tradicionais, como a rádio ou a televisão, criam um tipo de esfera pública assimétrica na qual a generalidade dos cidadãos é consumidora mas não interveniente ativa na produção de conteúdos, as agora emergentes *esferas públicas digitais* são *imersivas*: baseiam-se numa interação simétrica, onde, por definição, não há interlocutores passivos (Münker 2009, 73). Se uma rede digital se constitui em torno da música, então é porque a música suscita nos participantes esse tipo de comunicação *imersiva*.

Há, por isso, quem defenda que o ideal de esfera pública cívica caracterizado por Habermas como herança da *Aufklärung* e cuja decadência ele próprio diagnosticou (Habermas 1990 [1962]) - o ideal de uma esfera pública de acesso ilimitado, onde todos os interlocutores são iguais, onde não há limites quanto à escolha dos temas em debate, e cujo círculo de potenciais participantes está sempre em aberto - está hoje mais perto do que nunca de se concretizar através das redes digitais. No caso da música, não admira que por via do “efeito de rede” gerado pelo crescente número de utilizadores e por esse tipo de comunicação *imersiva*, onde a informação, a confrontação, o debate, a troca de experiências constantemente se renovam, se assista hoje a um recrudescimento do interesse pelo experimental, pela exploração de novas possibilidades expressivas, pelas roturas estéticas, pela “vanguarda”. Em contraste com os *mass media* que difundem os produtos da indústria cultural que mais se vendem, as redes digitais permitem a compositores e intérpretes apresentarem-se diretamente sem intermediação e entrarem em diálogo com novos públicos. Uma obra dita de vanguarda que, num concerto tradicional, poderia ser ouvida apenas por algumas dezenas ou centenas de espetadores, e que dificilmente teria êxito no mercado ou nos *mass media*, pode ir somando dezenas ou mesmo centenas de milhares de audições e de reações logo que colocada na internet. Esse é o chamado efeito de *Long Tail* - isto é, a permanência da obra na esfera pública (neste caso, digital) - em contraste com o fenómeno do *Best Seller*, o êxito instantâneo para o qual trabalham as indústrias culturais e a publicidade. A dinâmica gerada é tal que a chamada “arte de vanguarda”, na internet, mais se parece já - dizem alguns - com um “movimento de massas” (Münker 2009, 88-91).

A dialética da reprodutibilidade técnica, expressa no confronto Adorno/Benjamin, torna-se aqui especialmente evidente. Pois que as redes digitais não só parecem favorecer a emergência do novo ou do experimental em arte - o gesto inconformista ou de pesquisa que através dela se manifesta - como também parecem suscitar um recetor ativo, crítico, produtor de sentido. Dir-se-ia que a ambivalência das redes digitais abre mais amplas perspetivas de comunicação emancipatória do que aquelas que Benjamin diagnosticou na reprodutibilidade técnica, na medida em que - bem ao contrário das suas previsões - esta não só acabou por manter como até ampliou a relação assimétrica entre produtor e recetor (consumidor).

## A obra de arte na era da sua reprodutibilidade digital

Com efeito, parece ser hoje, num estádio mais avançado da reprodutibilidade técnica – a reprodutibilidade digital –, e não no estádio em que ela se encontrava na época de Benjamin, que está verdadeiramente a concretizar-se na *praxis* social a hipótese teórica colocada no seu célebre ensaio. A sua teoria da “distração” na receção da obra de arte ajuda-nos a compreender porquê.

Diz Benjamin que não há distinção fundamental entre a distração que um quadro pintado ou uma peça de teatro podem proporcionar e aquela que é oferecida por uma viagem através duma estrada por entre vales e montanhas. A posição central do cinema “na situação da arte atual” tinha a ver precisamente com isto: “...o filme realiza uma síntese das distrações na aparência totalmente diferentes que assentam naquilo que acontece, ou perante alguém, ou com alguém” (Benjamin 2012, 20).<sup>12</sup>

Benjamin precisa seguidamente a sua ideia. Estes dois processos, tal como nos sonhos, não seriam destrincháveis originariamente, mas tinham acabado por dissociar-se a tal ponto que se manifestavam, sem se misturar, respetivamente na tragédia e no pódio de dança. O cinema, segundo Benjamin, fizera regredir tal dissociação. Nele, a distração e o recolhimento misturavam-se indiferenciadamente. Por um lado, o filme, tal como o dadaísmo, acentuava o elemento distrativo, por outro, derrogava o paralelo com o “parque de diversões” através duma síntese de ambos os polos. Duas séries de processos entravam em mútua correlação: designadamente, “o que acontece perante alguém e o que acontece com alguém” (*Ibid.*, 19-21).

É aqui que intervém uma das teses principais de Benjamin: a da correlação entre mudanças das formas artísticas e mudanças das estratégias de perceção. A faculdade de se habituar era própria do distraído. Por isso, continua Benjamin, a receção na distração que se tornava crescentemente observável em todos os campos da arte, era sintoma de uma transformação funcional do aparelho de perceção humano, que se via a braços com tarefas que só podiam ser resolvidas coletivamente. Em contraste com Aldous Huxley, que via no aumento exponencial dos leitores que se tornavam escritores ou dos ouvintes que se tornavam músicos a origem da crescente “vulgaridade” da produção literária e dos conteúdos musicais disponíveis – fenómeno decorrente da explosão das respetivas indústrias –, Benjamin avaliava positivamente essa crescente mudança de posição: de recetor para produtor (*Ibid.*, 233-234). Inerente à teoria da distração era a ideia de que qualquer um, tal como no desporto, podia presenciar as atuações artísticas como “semi-especialista”<sup>13</sup> e, por exemplo, no caso do cinema, “aspirar a ser filmado”. Era-lhe também inerente a importância crescente da perceção tátil, que se propagava às outras

<sup>12</sup> Cito sempre da recente edição crítica e tomando em consideração, ora uma, ora outra das cinco versões do texto, que se iluminam reciprocamente.

<sup>13</sup> É evidente a relação da teoria da distração de Benjamin com a teoria do teatro épico de Brecht, que, aliás, também estabelece esta comparação com o desporto.



artes a partir da arquitetura, onde estava originariamente sediada. Benjamin dá como exemplo, na música, o jazz, que tinha na dança o seu mais importante agente.<sup>14</sup> No cinema, essa nova forma de percepção manifestava-se no choque provocado pela sequência de imagens, efeito que introduzia na ótica um elemento táctil (*Ibid.*, 32-34).

No entanto, Benjamin era desde logo forçado a reconhecer que nem todo o cinema satisfazia a essa mudança de percepção ou favorecia a deslocação da posição de recetor para a de produtor. Ao contrário do que se passava com o cinema soviético, a exploração capitalista da indústria cinematográfica na Europa ocidental não levava em consideração “a legítima aspiração da pessoa comum a ser reproduzida”. O que interessava à indústria era incitar à adesão das massas através de ideias ilusórias e especulações ambíguas, “consequindo-o em particular junto das mulheres”, através dum poderoso aparelho de publicidade que explorava em seu proveito a vida amorosa das vedetas, lançava concursos de beleza e votações públicas. Tudo isto para “falsificar numa via corruptora o originário e legítimo interesse das massas no cinema – interesse de autoconhecimento e, portanto, de conhecimento de classe”. O que valia em especial para o capital da indústria cinematográfica valia em geral para o fascismo: tratava-se de “explorar secretamente a irrecusável necessidade de novas estruturas sociais no interesse de uma minoria detentora da propriedade”. “A expropriação do capital cinematográfico” era, desde logo, por isso mesmo, “uma exigência urgente do proletariado” (*Ibid.*, 77-78).

Benjamin parecia, pois, consciente das fragilidades que se continham na sua teoria da correlação entre cinema e novas estratégias de percepção. Mas, certo é que essa teoria não viria a comprovar-se na prática. Mais: na perspicaz leitura de Hullot-Kentor, a nova percepção que Benjamin atribuía ao espetador de cinema, não era senão, afinal, o olhar do *flâneur*, descrito no seu ensaio sobre Baudelaire. Hullot-Kentor observa a propósito:

Just how little Benjamin could have believed in the actuality of this revolutionary audience is implied by the fact that he only exalts film for what his essay fully acknowledges film was not: a proto-communist medium for the cognitive transformation of the world (Hullot-Kentor 2003, 165).

Assim, argumenta Hullot-Kentor, o que se insinua na figura do semi-especialista distraído que “saía presumivelmente da sala de cinema com frio autodomínio”, não era a exaltação da cultura popular, mas bem pelo contrário esse modelo “elitista” de observação: o olhar distanciado e crítico do *flâneur*, “Benjamin’s own self-ideal” (*Ibid.*).

<sup>14</sup> Cf. a posição divergente de Adorno no artigo “Über Jazz”, publicado originariamente com o pseudónimo de Hektor Rottweiler na *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. V (1936), e que pode ser lido como resposta ao texto de Benjamin (publicado no mesmo volume), embora a correspondência entre ambos faça prevalecer a ideia de complementaridade (cf. carta de Adorno a Benjamin de 28 de maio de 1936 e resposta de Benjamin de 30 de junho do mesmo ano, em Benjamin 2012, 629-636).

Deixando por agora de lado uma discussão mais aprofundada, dir-se-ia, porém, que a tese de Benjamin, invalidada quanto ao cinema, parece ter encontrado hoje plena comprovação nas redes digitais. Nada poderia caracterizar mais adequadamente as estratégias de percepção e interação que nelas ocorrem do que a confluência entre a dissolução da distinção ou a ambivalência produtor/recetor e – precisamente – a atitude de *flânerie*.

Haverá melhor definição da navegação na internet do que aquela que nos oferece a teoria do *flâneur* de Benjamin?<sup>15</sup> Não será o tipo de comunicação imersiva suscitado por certas redes digitais, como, por exemplo, as dedicadas à música, acima referidas, o exato equivalente da “recepção na distração”, do exercício de tarefas do aparelho de percepção “que só podem ser realizadas coletivamente”, da convocação de “um novo sentimento vital numa forma em que a manifestação representativa desse sentimento se interpenetra com o caráter habitual do mesmo”, da tendência à fusão (amplificadora da “importância social duma arte”) entre “atitude crítica” e “atitude de fruição” (Benjamin 2012, 33-34, 81-82, 128-130, 187-189 e 236-238)?

Citando Breton, Benjamin postula que a arte é “agitada pelos reflexos do futuro” e, consequentemente, cada forma artística gera um tipo de procura que só encontra plena satisfação em formas artísticas ulteriores: por exemplo, as máquinas de imagens em movimento (das antigas arcadas) como precursoras do cinema (*Ibid.*, 39-40, 133-134). Eis o que poderia aplicar-se ao próprio trabalho teórico de Benjamin, que diagnosticou prematuramente, no estágio da reprodutibilidade técnica em que se encontrava a arte do seu tempo, mudanças que parecem aplicar-se hoje em cheio à reprodutibilidade digital.

Uma coisa é, porém, verificar as homologias entre os referidos aspetos da sua teoria e o modo de funcionamento das “esferas públicas digitais”; outra coisa é interpretar como nestas se articula a interseção entre as artes e a *praxis* política, questão que era central no ensaio de Benjamin, mas que aqui tenho de deixar em suspenso, não sem sublinhar que continua a oferecer-nos um largo e complexo campo de investigação.

<sup>15</sup> Na impossibilidade de desenvolver aqui o tópico, limito-me a remeter para o segundo capítulo do ensaio “Das Paris des Second Empire bei Baudelaire”, intitulado “Der Flâneur” (Benjamin 1991, 537-569). Cf. ainda Keith Tester (1994).

## Referências

- Adorno, Theodor W. e Max Horkheimer. 1998. "Kulturindustrie". In *Dialektik der Aufklärung, Gesammelte Schriften* [GS], vol. 3., 141-191. Darmstadt: DTV / Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Adorno, Theodor W. *Ästhetik* (1958/59). (ed. Eberhard Ortland). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. 1998a. *Ästhetische Theorie, Gesammelte Schriften* [GS], vol. 7. Darmstadt: DTV / Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Adorno Theodor W. 1998b [1956]. "Kritik des Musikanten", in *Dissonanzen, Gesammelte Schriften* [GS], vol. 14. Darmstadt: DTV / Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Adorno, Theodor W. 2008. *Philosophische Elemente einer Theorie der Gesellschaft* (ed. Tobias ten Brink e Marc Phillip Nogueira). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Alperson, Philip. 2010. "Robust Praxialism and the Anti-Aesthetic Turn", *Philosophy of Music Education Review* 18 (2): 171-193.
- Barber, Benjamin R. 2007. *Consumed! How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults and Swallow Citizens Whole*. New York: Norton.
- Bateson, Gregory. 1999. *Steps to an Ecology of Mind*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Consuming Life*. Cambridge UK: Polity Press.
- Becker, H. S. 2006. "The Work Itself", in *Art from Start to Finish: Jazz, Painting, Writing, and Other Improvisations*, edited by H. S. Becker, R. R. Faulkner and B. Kirshenblatt-Gimblett, 21-30. Chicago: University of Chicago Press.
- Benjamin, Walter. 1991. *Gesammelte Schriften*, vol. I.2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter. 2010. "Über den Begriff der Geschichte", (ed. Gérard Raulet). In *Werke und Nachlaß - Kritische Gesamtausgabe*, vol. 19. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter. 2012. "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit", (ed. Burkardt Lindner, com a colaboração de Simon Broll e Jessica Nitsche). In *Werke und Nachlaß - Kritische Gesamtausgabe*, vol. 16. Berlin: Suhrkamp.
- Carvalho, Mário Vieira de. ed. 2009. *Expression, Truth, Authenticity: On Adorno's Theory of Music and Musical Performance*, Lisboa: Edições Colibri.
- Carvalho, Mário Vieira de. 2012. "Buscar a Identidade na Alteridade: Lopes-Graça e o Conceito de 'Povo' na Música Tradicional". *Nova Síntese* 7 (Alves Redol - Horizonte Revelado), 157-166.
- Carvalho, Mário Vieira de. 2013. "Ethos e Pathos na experiência da música", In *Emoções e Crime - Filosofia, Ciência, Arte e Direito Penal*, editado por Maria Fernanda Palma, Augusto Silva Dias e Paulo Sousa Mendes, 275-300. Coimbra: Almedina.
- Castells, Manuel. 2000. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- DeNora, Tia. 2000. *Music in Everyday Life*, Cambridge: Cambridge University Press.
- DeNora, Tia. 2010. "Emotion as social emergence - Perspectives from Music Sociology", In *Handbook of Music and Emotion - Theory, Research, Application*, edited by Patrick N. Juslin and J. A. Sloboda, 159-183. Oxford: Oxford University Press.
- Drügh, Heinz, Christian Metz e Björn Weyand. ed. 2011. *Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst*. Frankfurt a.M. : Suhrkamp.

- Goodman, Steve. 2010. *Sonic Warfare - Sound, Affect, and the Ecology of Fear*. Cambridge MA, London: MIT Press.
- Habermas, Jürgen. 1990 [1962]. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Haug, Wolfgang Fritz. 1971. *Kritik der Warenästhetik*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Haug, Wolfgang Fritz. 2009. *Kritik der Waren Ästhetik. Überarbeitete Neuauflage. Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Heinse, Wilhelm. 1903. *Hildegard von Hohenthal*. vol. 5. In *Sämtliche Werke*, ed. Carl Schüddekopf. Leipzig: Insel.
- Hennion, Antoine. 1993. *La passion musicale*. Paris: Métailié.
- Hillis, Ken, Michael Petit e Nathan Scott Epley. 2006. *Everyday eBay: Culture, Collecting, and Desire*. London / New York: Routledge.
- Honneth, Axel. 2011. *Das Recht der Freiheit. Grundriß einer demokratischen Sittlichkeit*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hulot-Kentor, Robert. 2003. "What Is Mechanical Reproduction?". In *Mapping Benjamin: The Work of Art in the Digital Age*, edited by Hans Ulrich Gumbrecht and Michael Marrinan, 158-170. Stanford: Stanford University Press.
- Lillie, Jonathan. 2006. "Immaterial Labor". In *Everyday eBay: Culture, Collecting, and Desire*, edited by Ken Hillis, Michael Petit and Nathan Scott Epley. London / New York: Routledge.
- Luhmann, Niklas. 1995. *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Lysloff, René T. A. 2003. "Musical Community on the Internet: An On-line Ethnography". *Cultural Anthropology* 18 (2): 233-263.
- Martin, Peter J. 2007. *Music and the sociological gaze: Art worlds and cultural production*. Manchester: Manchester University Press.
- Münker, Stephan. 2009. *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die Sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Rancière, Jacques. 2001. *L'inconscient esthétique*. Paris: Galilée.
- Tester, Keith. ed. 1994. *The Flâneur*. Londres: Routledge.