

## UMA REVISÃO DO “RADIO GENERATION” DE ADORNO A PARTIR DE LEITURAS CONTEMPORÂNEAS SOBRE A TECNOLOGIA DIGITAL

Joyce Rouse de Aquino NONATO

Deborah Christina ANTUNES

*Universidade Federal do Ceará*

Esta pesquisa articula os estudos de Theodor Adorno sobre a psicologia do ouvinte de música de rádio com a contemporaneidade. À geração daquela época foi dado o nome de “Radio generation”, pois o locutor do rádio pensava e era voz dos seus ouvintes, contribuindo para a pseudoindividualização e massificação. A teoria de Adorno propõe o surgimento de um novo tipo de homem da era do Rádio, denunciando a transformação da música em objeto comercializável, manipulada, adaptada, seja no seu tempo de duração ou nas suas melodias, com o objetivo principal de vender. Pretende-se aqui, contudo, atualizar essa teoria adorniana a partir das novas tecnologias, através da leitura de autores contemporâneos, como Sibilia, Delaunay, Fuser, entre outros. O caráter inovador dessas novas mídias está, em sua linguagem digital, virtual, metafísica, na possibilidade de interação, mas também na representação numérica, na modularidade, na automação, na variabilidade e na transcodificação cultural. Assim, do contato com essas novas tecnologias emergem novas subjetividades. O novo homem a que Adorno referia-se era problemático porque semiformado sua subjetividade estava comprometida, adequada como mimese compulsiva, que caracteriza o novo homem do mundo digital. Os meios de comunicação/socialização mudaram ao longo do tempo, na era digital há ainda menos espaço para estar consigo mesmo. Existe uma preocupação com os caminhos deste novo homem que vem surgindo, com uma possível aniquilação do “eu”, da racionalidade, por meio das novas formas de dominação, de expressão do autoritarismo e do pensamento existentes nas novas tecnologias.

**Palavras-chave:** Adorno; *radio generation*; massificação; novo homem; novas mídias digitais.

EIXO 5: INDÚSTRIAS CULTURAIS E TECNOLOGIA