



## **Idéias frankfurtianas na crítica musical de Herbert Caro no jornal *Correio do Povo*<sup>1</sup>**

Ana Laura Colombo de Freitas<sup>2</sup>

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### **Resumo**

O presente trabalho baseia-se no arcabouço teórico produzido pelos teóricos da Escola de Frankfurt para pensar a posição do crítico de discos em um contexto de consolidação da indústria fonográfica no Brasil. O objetivo é refletir sobre a crítica musical de Herbert Caro (1906-1991), publicada por mais de vinte anos no jornal *Correio do Povo*, à luz das discussões dos frankfurtianos em torno da reprodutibilidade técnica da arte possibilitada pelo avanço tecnológico e a incorporação definitiva da cultura pelo sistema capitalista. Percebe-se que o crítico se aproximou da idéia benjaminiana de ampliação do acesso à arte através de sua reprodução, no caso, o disco. Neste percurso, assumiu a posição de orientador do consumo cultural, sem deixar de lado a crítica tipicamente adorniana a determinados aspectos da indústria fonográfica.

### **Palavras-chave**

Jornalismo; jornalismo cultural; crítica musical; Escola de Frankfurt; indústria cultural

### **Introdução**

Os pensadores alemães que integraram o que posteriormente passou a ser chamado de Escola de Frankfurt construíram um arcabouço teórico marcante, que refletiu sobre novas questões colocadas pelas transformações sociais que tomaram corpo na virada do século XIX para o XX, como o advento da reprodutibilidade técnica possibilitada pelo avanço tecnológico e a incorporação definitiva da cultura pelo sistema capitalista. De um lado, pensadores como Walter Benjamin (1892-1940) enfatizaram a ampliação do acesso à arte neste processo, possibilitando que as obras deixassem de ser privilégio de poucos. Por outro lado, Theodor Adorno (1906-1969) e Max Horkheimer (1895-1973) questionaram as circunstâncias dessa “democratização” da produção artística problematizando seu viés mercantil a partir do conceito de indústria cultural. Adorno, inclusive, desenvolveu uma larga reflexão especialmente sobre a música, em

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado para a Divisão Temática de Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup>Bacharel em Jornalismo pela UFRGS e mestranda em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS. E-mail: analaurafreitas@gmail.com.



função de sua própria formação, alertando para a sua fetichização e para a alteração da recepção, agora distraída, com uma regressão da escuta.

Com o passar do tempo, muitas das teorias frankfurtianas foram sendo revistas e criticadas. Ainda assim, por terem inaugurado a teoria crítica da sociedade, muitas de suas idéias seguem presentes e válidas para se pensar aspectos da realidade. O presente trabalho pretende valer-se dessas idéias para pensar a posição do crítico de discos em um contexto de consolidação da indústria fonográfica no Brasil. O objetivo é refletir sobre a postura de Herbert Caro (1906-1991) frente à ampliação do acesso à arte e à produção industrial da música em sua coluna *Os melhores discos clássicos*, publicada por mais de vinte anos no jornal *Correio do Povo*. Diferentemente dos conterrâneos da Escola de Frankfurt que partiram para os Estados Unidos, o também judeu Caro refugiou-se do nazismo em Porto Alegre. Sua importância para a cena cultural gaúcha fica destacada em inúmeros depoimentos da intelectualidade local. Em seu aniversário de 70 anos, por exemplo, o jornalista e escritor Guilhermino Cesar publicou texto em sua homenagem no *Caderno de Sábado do Correio do Povo*, onde testemunhava sobre o papel que a coluna de Caro cumpria: “Sua coluna cativa – *Os melhores discos clássicos* – tem sido um breviário para quantos, amando a música, se dão ao prazer de cultivá-la por meio das interpretações de maior categoria. Nosso ilustre amigo, neste labirinto das partituras, é um guia insuperável” (CESAR, 1976, p. 3).

Para pensar de que maneira o crítico circulou pelas teorias frankfurtianas em sua coluna sobre o mercado fonográfico (justo este que tanto afetava Adorno), partiremos de uma revisão bibliográfica de alguns dos principais textos que alicerçaram o pensamento daqueles teóricos sobre a obra de arte, além de buscar a colaboração de dois importantes estudiosos da Escola de Frankfurt, Bárbara Freitag e Francisco Rüdiger, para melhor compreender aquelas idéias. Em um segundo momento, vamos nos ater às características da indústria fonográfica da música erudita, baseando-nos no estudo de Marcia Tosta Dias e no relato de Norman Lebrecht. Para finalizar, nos voltaremos para o objeto de análise, a coluna de Herbert Caro, percebendo como dialogava com o universo anteriormente desenvolvido.

## **1 Idéias frankfurtianas sobre a obra de arte**

O que hoje chamamos Escola de Frankfurt consistiu em uma vasta produção de intelectuais marxistas alemães não-ortodoxos, organizada em torno do Institut fuer



Sozialforschung, que se deu entre as décadas de 1920 e 1970 e envolveu nomes como Max Horkheimer, Theodor Adorno e Walter Benjamin. Os frankfurtianos nos legaram a teoria crítica da sociedade, que alcança os nossos dias, presente no pensamento de diversos autores e, por vezes, alicerçando opiniões cotidianas despercebidamente. A permanência da teoria crítica se deve à sua capacidade de adaptação, revisão e atualização, ainda entre as gerações de frankfurtianos e, posteriormente, no pensamento de seus herdeiros ao redor do mundo. Suspeita-se que, em grande parte, a ampla difusão de suas idéias deu-se em função de suas críticas à cultura de massa (FREITAG, 1986).

Francisco Rüdiger (2004) enfatiza que a *Dialética do esclarecimento*, obra seminal do pensamento de Adorno e Horkheimer, que divulga o conceito de indústria cultural, foi publicada em 1944, em meio à Segunda Guerra Mundial, à barbárie nazista e ao regime socialista totalitário. Este contexto incentivava um olhar em perspectiva para o processo civilizatório que levava a uma racionalidade irracional. O afã de livrar a humanidade das explicações mitológicas do mundo, emancipando o sujeito através da razão, criara, em verdade, sintomas regressivos e novas sujeições, o controle repressivo da natureza e a reificação do ser humano (RÜDIGER, 2004).

Intensificava essa percepção da realidade o contato com a sociedade norte-americana, “expressão máxima do capitalismo moderno e da democracia de massa”, segundo Freitag (1986), durante o exílio dos frankfurtianos. Na Alemanha, a que estavam acostumados, o sistema educativo, os teatros, as orquestras e os museus tardaram a incorporar a lógica de mercado, mantendo-se por mais tempo que em outros países sob proteção do Estado (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Essa circunstância histórica de seu país de origem dá um indício do impacto do exílio dos pensadores alemães nos Estados Unidos. Evidencia também a base que sustentava a articulação em suas teorizações, a velha distinção entre “cultura” e “civilização” que, de acordo com Freitag (1986), ainda hoje é difundida na Alemanha, separando as idéias e os sentimentos elevados da reprodução material. Com base nesta perspectiva, percebe-se que a transformação do sistema capitalista da livre iniciativa para a competição corporativa (ou seja, da regulação pelo mercado para um sistema técnico-administrativo), que tomou corpo na virada o século XIX para o XX, com a decorrente fusão entre cultura e economia relatada por Rüdiger (2004), afetava o alicerce dos princípios desses intelectuais alemães.

Freitag (1986, p. 70) capta aí uma motivação estratégica do sistema capitalista: “a separação entre produção material (civilização) e a produção de bens espirituais



(cultura) não era a forma mais adequada para dissimular as estruturas do novo sistema de produção”. Incorporada pelo sistema da produção de bens materiais, a cultura deixa de ser uma promessa de felicidade futura e passa a estar disponível na compra imediata. A obra de arte é retirada do pedestal do consumo de luxo da elite burguesa, passando a bem de consumo de massa. Como observa Rüdiger (2004), progressos técnicos como a invenção do cinema, do rádio e do disco viabilizaram uma maior circulação dessa produção e a existência de um mercado de massa para os bens culturais, destituindo os mecenas e a aristocracia do patrocínio exclusivo. Desta forma, o caminho estaria aberto para uma criação autônoma da obra de arte.

Adorno e Horkheimer (1985), entretanto, relativizavam esta autonomia. Para eles, a arte hoje abdica de sua autonomia para incluir-se entre os bens de consumo. A questão, portanto, não estaria no caráter mercantil da obra de arte, mas na adesão desta à lógica do mercado. Os autores recorrem à imagem de Ludwig van Beethoven (1770-1827), marco da independentização do compositor em relação à corte e à igreja, como exemplo: a obra de Beethoven era autônoma, ainda que comerciável; ele não submetia seu trabalho à lógica do mercado, apesar de consciente de seu caráter mercantil.

Como lembra Rüdiger (2004), naquela época, o mercado possibilitara a autonomia das atividades estéticas. Com o tempo, no entanto, como Adorno e Horkheimer (1985, p. 148) frisam, a obra de arte alheia-se de sua incumbência maior, qual seja, a liberação do princípio da utilidade, transformando o valor de uso de sua recepção em valor de troca: “ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor”. Incorporada pela produção industrial, a obra de arte passa a ter a venda não só como uma intenção, mas como o único objetivo.

De acordo com Rüdiger (2004), a idéia moderna de emancipação do sujeito através das artes e das humanidades aceitava que a reificação da consciência e das relações sociais pela razão tecnológica poderia ser superada através de certos valores estéticos e intelectuais. No entanto, “a transformação estrutural do mercado da cultura, provocada pela formação dos monopólios, subordinou essa concepção à idéia de divertimento” (RÜDIGER, 2004, p. 117).

## **2 Indústria cultural *versus* democratização do acesso à arte**



A questão da reprodutibilidade técnica da obra de arte provocou uma dicotomia dentro da Escola de Frankfurt. Ao entendimento de Benjamin como algo positivo, em função da ampliação do acesso à arte, Adorno responde valendo-se do conceito de indústria cultural.

O argumento de Benjamin (1985, p. 170) circula em torno da idéia de “aura”. Esta seria o diferencial entre uma obra autêntica e sua reprodução, como a fotografia ou o disco. Por mais perfeita que seja a gravação de um espetáculo, por exemplo, o “aqui e agora” daquele momento se perde. Entretanto, essa reprodução permite que mais indivíduos entrem em contato com aquela obra de arte. Para Benjamin, o valor de culto da aura, de cunho teológico e que envolvia um ritual de adoração distante, é substituído pelo culto do Belo, que pode ser reconhecido nas formas mais profanas e, livre de seu uso ritual, tem seu espectro de exposição aumentado.

A contradição com Adorno delinea-se na consequência política dessa perda da aura. Para Benjamin (1985, p. 192), a perda de aura está associada à politização. Para Adorno, ao contrário, conforme Freitag (1986, p. 76), “a reprodutibilidade técnica significa o 'desvirtuamento' da obra, sua 'dissolução' na realidade banal, através da indústria cultural, e portanto a destruição do valor de negatividade inerente à arte e a despolitização do seu destinatário”.

Rüdiger (2004, p. 104) afirma que Adorno encarava como positiva a ampliação do acesso das massas às obras de arte, mas “o ponto em questão era, antes, o fato de o potencial estético e cognitivo do rádio, do filme, da tv e outras mídias ter sido acorrentado às formas da economia política capitalista”. Para Adorno, o valor de culto das obras de arte teria sido transportado para o culto dos bens de consumo. Rüdiger entende, na defesa da perspectiva adorniana, que o reconhecimento do mérito do disco na difusão da música, por exemplo, não precisa ser destacado, visto que as empresas midiáticas já se encarregam desta tarefa. Seu posicionamento se erguia, na verdade, em torno da necessidade da crítica a essa mercantilização generalizada.

Em *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, ensaio assinado por Adorno e Horkheimer (1985, p. 150) – mas que, de acordo com Freitag (1986, p. 66), “pode ser atribuído quase que na íntegra a Adorno” –, aparece a crítica à idéia benjaminiana da democratização do acesso à arte através da reprodução técnica das obras: “a eliminação do privilégio da cultura pela venda em liquidação dos bens culturais não introduz as massas nas áreas de que eram antes excluídas, mas serve, ao



contrário, nas condições sociais existentes, justamente para a decadência da cultura e para o progresso da incoerência bárbara”.

Esta visão desenganada da realidade se cristaliza sob o conceito de “indústria cultural”. É Horkheimer quem o emprega pela primeira vez, em seu ensaio *Arte e a cultura de massa*, de 1941, mas é no texto supracitado, assinado em co-autoria com Adorno, que é firmado e difundido (FREITAG, 1986). A expressão, como define Rüdiger (2004, p. 22), “não se refere às empresas produtoras nem às técnicas de difusão dos bens culturais; representa, antes de mais nada, um movimento histórico-universal: a transformação da mercadoria em matriz do modo de vida e, assim, da cultura em mercadoria [...]”.

Para Adorno e Horkheimer (1985, p. 134), a indústria cultural tinha fundido cultura e entretenimento, corrompendo, ao mesmo tempo, a arte e a diversão, promovendo a “depravação da cultura” e a “espiritualização forçada da diversão”. Desta maneira, ela alienaria o consumidor da realidade, ocupando o tempo livre do trabalhador e eliminando sua capacidade crítica (FREITAG, 1986). Neste sentido, a concepção desses frankfurtianos prevê receptores inertes e manipuláveis, que se tornam “escravos dóceis”, “deixando-se enganar totalmente” frente às mercadorias culturais (ADORNO, 1983, p. 174).

Sobre o funcionamento dessa indústria, Adorno (1983) alerta para a especificidade dos bens culturais no mundo das mercadorias. Ele frisa que o valor de troca desse setor está justamente na dissimulação de seu caráter mercantil. Como Rüdiger (2004) indica, entretanto, bens culturais como livros, filmes e discos são consumidos na medida em que congregam determinados valores, que são difundidos através dos meios de comunicação. Ainda que, no caso da cultura, a marca do produto seja menos importante que o artista, o marketing das empresas trabalha pacotes de produtos de modo a induzir o consumidor a se identificar com elas (RÜDIGER, 2004). É neste sentido que Adorno e Horkheimer (1985, p. 116) escrevem que “as distinções enfáticas que se fazem entre os filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que com sua utilidade para a classificação, organização e computação estatística dos consumidores”.

Esta afirmação também nos aponta para a questão da divisão entre alta e baixa cultura na obra de Adorno. Recorrentemente considerado elitista, em função de sua oposição à idéia benjaminiana da democratização da arte através da reprodução técnica,



ele, na verdade, não deixava de criticar aquela polarização e igualar as chamadas “arte séria” e “arte ligeira” no âmbito da indústria cultural.

Na defesa de Adorno contra aquele tipo de acusação, Rüdiger (2004, p. 99) enfatiza que, para o teórico alemão, “os fenômenos de cultura de massa necessitam ser defendidos contra os que os desprezam mas, ao mesmo tempo, criticados perante seus advogados”. Neste sentido, emerge um Adorno que não era, ao contrário de alguns mal-entendidos, um simples defensor da alta cultura em detrimento da cultura de massa. Mesmo dentro da chamada música erudita, ele detectava traços dessa decadência cultural. Para Adorno (1983, p. 170), não há uma real diferença entre o que ele chama de “música clássica oficial” e a música ligeira: “os dois tipos de música são manipulados exclusivamente à base das chances de venda; deve-se assegurar ao fã das músicas de sucesso que os seus ídolos não são excessivamente elevados para ele”.

O fetichismo na música é um tema que especialmente atinge Adorno, que atuava também como compositor, levando-o a construir um panorama da produção musical de sua época que envolvia a padronização da estrutura das músicas e uma regressão da escuta. Uma coisa levaria à outra. A mercadoria musical adaptada à engrenagem da indústria cultural, do culto à canção da moda e do que é melodioso, prima por uma escuta facilitada. Deste modo, o ouvido treinado sabe, desde os primeiros acordes, quais os caminhos que a construção musical vai tomar e, quando suas expectativas se realizam, ele tem a sua recompensa (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Configura-se uma audição passiva, que, em função da banalidade do material sonoro, abdica da concentração, capacidade que o ouvinte já não possui. É assim que Adorno (1983) descobre um ouvinte acrítico, desobrigado a pensar no todo e desautorizado à oposição, convertido em um simples consumidor, bem de acordo com a posição apolítica que o fez discordar de Benjamin.

Corroboram com isso as idéias de pseudo-liberdade e pseudo-individualidade que emergem de sua obra. Para Adorno e Horkheimer (1985), dissemina-se a ilusão de que se tem liberdade de escolha quando, na verdade, a variedade da oferta mascara o fato de que todas as opções de entretenimento e diversão, por exemplo, são, no fundo, idênticas. Para os autores, “da improvisação padronizada no jazz até os tipos originais do cinema, que têm de deixar a franja cair sobre os olhos para serem reconhecidos como tais, o que domina é a pseudo-individualidade” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 144). Frente a este nível de padronização, de acordo com Adorno (1983, p. 166), “a





predileção, na realidade, se prende apenas ao detalhe biográfico, ou mesmo à situação concreta em que a música é ouvida”, estando deslocada, portanto, da obra em si.

A única exceção neste drástico panorama traçado por Adorno se encontraria na arte de vanguarda. Esta sim guardaria um potencial emancipatório do sujeito. De acordo com Freitag (1985), é a música erudita de vanguarda, mas especificamente o dodecafonismo inaugurado por Arnold Schoenberg (1874-1951), que, para Adorno, ainda estaria resguardada do circuito mercadológico da indústria cultural, inacessível e incompreensível para as massas. Este pensamento abria o caminho para que Adorno, mais tarde, desenvolvesse a sua teoria estética, que pretendia decodificar a música erudita de vanguarda, captando sua crítica das formas materiais de organização da sociedade (FREITAG, 1985). Este louvor à inalcançável música de vanguarda, sim, carregava um elitismo difícil de negar.

### **3 A indústria dos clássicos**

Márcia Tosta Dias (2008) coloca o conceito de indústria cultural em perspectiva. Ao estudar as características da indústria fonográfica brasileira, a autora resgata a idéia, demonstra sua validade na compreensão do desenvolvimento do mercado cultural ao longo do século XX e constata que o pensamento dos frankfurtianos, com adaptações e transformações que são naturais ao processo histórico, foi prospectivo.

Se o capitalismo mundial tem mudado, agregando formas mais complexas e sofisticadas para o seu desenvolvimento, se a padronização dos produtos culturais não é mais tão evidente, se as técnicas de produção permitem a participação de um maior número de atores no cenário, se o consumo não é mais verticalizado, isso não significa que possamos concluir que tais mudanças definem a fragilização e o enfraquecimento dos processos 'controlados e controladores', sofisticadamente administrados e previsíveis, que sempre caracterizaram a atuação da indústria cultural (DIAS, 2008, p. 23).

Dias (2008) acredita que a aparente naturalidade da relação entre consumidores e produtos é fruto da sutileza alcançada pela sofisticação da atuação dos *media*. Além disso, ela defende que a diversidade, a segmentação e a variedade, que marcam e ganham uma configuração específica hoje, já estavam presentes na idéia de indústria cultural. A pesquisadora entende essa diferenciação como parte da engrenagem da indústria: “A novidade está na radicalização de determinados processos, tais como a





sofisticação da pseudo-individuação e da standardização, que criam micro-espços autônomos e contudo subservientes à norma geral” (DIAS, 2008, p. 53).

Essa idéia da ilusória diferenciação leva à percepção do mercado fonográfico da música erudita dentro das mesmas leis que regem o da chamada música *pop*, como apregoava Adorno. Mesmo a aparência “elevada” serve para atrair a identificação de determinados grupos. Como aponta Dias (2008, p. 30), produtos socialmente tidos como de difícil assimilação são colocados no mercado e atuam no sentido de legitimar as empresas que o fazem, sinalizando uma “preocupação com a qualidade”.

O relato de Norman Lebrecht (2008) sobre a ascensão e a decadência da indústria fonográfica dos clássicos demonstra como, de um lado, ela estava atrelada à mesma lógica comercial de qualquer outra indústria, mas, de outro, carregava a bandeira de um ideal iluminista de formação através das artes, no caso, da música difundida no formato de disco. Isso fica explícito na própria fala de Lebrecht (2008, p. 12), comentarista cultural inglês que viveu os bastidores dessa indústria: “Diferentemente da fotografia, a gravação musical não podia se proclamar arte pura, pois seu ímpeto era comercial. Entretanto, como por obra de um capricho simbiótico, os atores no cenário da indústria fonográfica adquiriram uma personalidade artística e uma dimensão espiritual”. A posse do disco, de acordo com o autor, foi sinal de refinamento e cultura. A motivação da difusão da música erudita a uma maior parcela da população, que iria bem ao encontro da perspectiva benjaminiana, se mostra atrelada a estratégias comerciais de distinção social, como alertava Adorno.

Lebrecht (2008) apresenta vastas indicações do funcionamento da indústria da música clássica. Ele aponta que a gravação das 32 sonatas de Beethoven pelo pianista Artur Schnabel, uma caixa de 100 discos, vendidos antecipadamente por assinatura, lançada pelo selo His Master's Voice em 1939, “mostrou que os grandes compositores podiam ser vendidos para o público da classe média emergente como um item obrigatório na sala de estar, como a Enciclopédia Britânica, as peças de Shakespeare ou um vaso de aspidistra” (LEBRECHT, 2008, p. 22). Esse tipo de gravações integrais de obras de grandes compositores mortos congregaria a responsabilidade da memória no registro e também a certeza de venda garantida pelo nome de um autor canônico.

A indústria da música erudita também criou suas estrelas: o maestro Herbert von Karajan faleceu em 1989 deixando 950 gravações e uma herança de meio bilhão de dólares que aumenta anualmente em função dos direitos autorais arrecadados por coleções como a *Karajan Express* e a *Karajan Adagio*, da gravadora alemã Deutsche



Grammophon (DG). Sua figura também nos aponta para outra característica da indústria cultural reproduzida pela gravação dos clássicos: a repetição de fórmulas. De acordo com Paulo Puterman (1994), Karajan privilegiava o repertório consagrado, de modo que, quanto maior o sucesso de vendas do repertório clássico-romântico, mais a música de vanguarda era renegada. Lebrecht (2008) lembra que o foco da produção era um público de classe média e meia-idade, que comprava uma centena de LPs por ano: “As produtoras visavam justamente a esse público e o alimentavam com o que lhe era familiar. Quando Lorin Maazel gravou as sinfonias de Tchaikovsky para a Decca [...], a CBS logo produziu um ciclo com Bernstein, e a DG, um outro com Karajan” (LEBRECHT, 2008, p. 79). Não por acaso, como aponta o mesmo autor, depois do auge das gravadoras de música clássica, restaram nada menos que 140 gravações diferentes das mesmas *Quatro estações*, de Antonio Vivaldi (1678-1741).

A lógica de produção que fica implícita no relato de Lebrecht (2008) é semelhante àquela encontrada por Dias (2008) em seus estudos sobre a indústria fonográfica brasileira. Quanto à falta de disposição em melhorar a qualidade dos produtos oferecidos para o grande público, a autora avalia que “a repetição das mesmas fórmulas (para não dizer da mesma fórmula) cativa o consumidor pela situação de conforto e familiaridade promovidas pelo reconhecimento, como foi apontado por alguns autores e, desta forma, garante à indústria um lucrativo e imediato retorno financeiro” (DIAS, 2008, p. 94). O fato deste lucro estar associado às fórmulas que primam pelo mínimo esforço mental, segundo a autora, está ligado à idéia de oferecer às pessoas o que elas querem, mas essa demanda presumida não leva em conta a possibilidade da escolha e do conhecimento do diferente.

#### **4 Herbert Caro e os discos clássicos**

De acordo com Dias (2008, p. 41), “na década de 1950, estão lançadas as bases objetivas para a padronização da produção na indústria fonográfica mundial, que não podem ser compreendidas destacadas do movimento global do desenvolvimento capitalista”. A canção de três minutos se torna o formato padrão mundial e, junto com a internacionalização do produto, vem a da circulação e da produção, que se intensifica com a instalação de filiais das grandes gravadoras em vários países. A autora indica que, ao longo das duas décadas seguintes, o mercado de bens culturais se consolida no Brasil. A venda de discos e toca-discos tem um crescimento expressivo, que a autora



credita aos seguintes motivos: a produção de música popular brasileira e seu mercado, a chegada do LP no início dos anos 1970, a música estrangeira e a interação entre os setores da indústria cultural.

Nascida neste contexto de consolidação do mercado de bens culturais no Brasil, a coluna *Os melhores discos clássicos*, assinada por Herbert Caro, deve ser pensada como um espaço jornalístico que cumpre uma função importante ao agregar valor a um produto cultural: o disco clássico. Ela estreou na página 28 do Correio do Povo em 22 de fevereiro de 1959 e manteve-se ali por mais de vinte anos, mudando apenas de lugar para figurar dentro do *Caderno de Sábado* (1967-1981), suplemento que, de acordo com Cida Golin (2005, p. 142), “estabeleceu horizontes de formação cultural, atingindo gerações de leitores”.

A figura de Herbert Moritz Caro (1906-1991), alemão judeu de larga formação humanista, se adequava perfeitamente a este espaço jornalístico do ideal iluminista de formação do leitor. Caro era doutor em Direito pela tradicional Universidade de Heidelberg e, radicado em Porto Alegre, em 1935, passou a fazer parte da intelectualidade gaúcha. A convite do escritor Erico Veríssimo, trabalhou na famosa Sala dos Tradutores da Editora Globo, onde era tradutor, dicionarista e revisor. Como tradutor, ganhou prêmios e projeção nacional ao verter para o português clássicos da língua alemã. Foi também diretor da seção de livros estrangeiros da Livraria Americana, no centro da capital gaúcha, e trabalhou como administrador da biblioteca do Instituto Goethe, de Porto Alegre, por quase vinte anos. Paralelamente, apresentou ciclos de palestras e conferências no Brasil e no exterior, nas quais compartilhava seus conhecimentos acerca das artes visuais européias e brasileiras, respectivamente.

Herbert Caro também colocou seu conhecimento enciclopédico à disposição de leitores de jornais. Recém chegado a Porto Alegre, escreveu críticas de cinema no jornal de um teuto-brasileiro em troca dos ingressos para as estréias. Mais tarde, assinou a seção *As maravilhas da arte universal* na Revista do Globo. Além disso, a experiência de Caro na Livraria Americana rendeu crônicas publicadas pelo jornal Correio do Povo na coluna *Balcão de Livraria*. Sua colaboração mais expressiva e prolongada em veículos de comunicação, no entanto, deu-se em sua coluna sobre discos da chamada música de concerto.

A proposta da coluna *Os melhores discos clássicos* fica colocada em sua primeira edição: apresentar, semanalmente, resenhas de uma seleção dos lançamentos – que se tornavam cada vez mais frequentes – de discos de “música fina” no catálogo



nacional. A motivação para tanto foi se mostrando aos poucos, no correr das publicações. Em 17 de abril de 1971, por exemplo, ela é verbalizada: “É incumbência desta seção criar e cimentar em seus leitores o gôsto da boa música”. O objetivo maior de Caro era, portanto, a formação do gosto musical dos leitores. Nesse intuito, voltava-se contra a utilização da expressão “música erudita” para se referir à chamada “música clássica”. Na edição de 16 de julho de 1977, ele acusa uma “panelinha elitista” de “doutos musicólogos” de se valerem da expressão como forma de afugentar “jovens sem gravata” da sala de concertos. A bandeira defendida por Caro era a da elevação do espírito através de escuta do que ele chamava de “música fina”, em uma perspectiva que se insere no conceito de cultura herdado do Romantismo alemão, que a concebe como sinônimo de artes e humanidades. Na concepção de Caro, essa música não deveria ser privilégio de uma elite. Ao contrário, como afirma na coluna de 30 de março de 1968, ela é “saudável e refrescante para as almas de quaisquer pessoas de cultura mediana”.

Na linha benjaminiana de pensamento, ele encarava, portanto, o disco como instrumento a serviço dessa aproximação do público com a música de concerto, na medida em que o registro viabilizava o maior acesso a essa música socialmente tida como difícil e inalcançável. Neste sentido, é recorrente um discurso de desmistifica essa idéia, enfatizando que a música de concerto não cansa, é acessível e deve ser experimentada aos poucos para que se desenvolva a escuta apropriada. O catálogo de discos, neste contexto, aparece na coluna de Caro como que fazendo parte de um projeto maior de ampliação do acesso ao repertório da música de concerto. O crítico encara a operação das gravadoras como uma atividade de “responsabilidade cultural”, a que se refere, por exemplo, na edição de 6 de janeiro de 1973. Em diversos momentos, Caro valoriza ou não determinados lançamentos em função de sua importância no preenchimento de lacunas que completariam esse catálogo integral ideal.

Tratando-se de discos, entretanto, há que se ter em mente sua inserção na lógica produtiva da indústria fonográfica. É assim que se percebe o lugar ocupado pelo crítico Herbert Caro em sua coluna: o orientador do consumo cultural – espaço midiático já apontado por Adorno. Esta posição fica evidente nas declarações imperativas do colunista em relação à compra. Um bom exemplo disso aparece a cada final de ano, em torno do natal. Intitulada *Em cima do laço*, a edição de 21 de dezembro de 1968 dedica-se à apresentação das novidades das lojas especializadas de Porto Alegre, propondo-se a ser “um guia às pessoas que costumem comprar os presentes natalinos em cima do laço”. Já em 27 de dezembro de 1969, a coluna se chama *Na semana das trocas*, e Caro



compartilha suas memórias sobre a sua atuação como livreiro e a observação do costume da troca, orientando o leitor sobre produtos que estariam disponíveis naquela ocasião.

A postura do orientador do consumo também se explicita em uma aparente obsessão do colunista pela contracapa dos discos. Na edição de 7 de junho de 1980, Caro critica o ensaio publicado na contracapa do disco em apreço, defendendo que ela deva ser um espaço para promover o disco, oferecendo ao leigo material acessível, que instigue a compra (e, logo, a escuta e o posterior desenvolvimento do gosto, que consistia em seu objetivo maior).

É nesse contexto que a perspectiva se aproxima de Adorno e da crítica à indústria cultural. Isso porque determinados aspectos da indústria fonográfica vão de encontro ao ideal de Herbert Caro. Um deles é a repetição de fórmulas. Já na coluna de 19 de abril de 1959, nos primórdios do processo de consolidação do mercado fonográfico brasileiro, por exemplo, Caro aponta o *Concerto n° 2 em Dó maior para piano e orquestra*, do romântico Sergei Rachmanninoff (1873-1943), como uma “peça batida”, que ganhava a sua sexta versão no catálogo nacional. Em 30 de maio de 1970, a coluna é intitulada *37 concertos de Vivaldi*. Em 29 de agosto de 1970, *Enxurrada vivaldiana*. Esta indica que já contabilizavam 59 os concertos do compositor lançados naquele ano. A repetição de fórmulas de sucesso garantido tinha como conseqüência indireta o lançamento rarefeito de peças do repertório nacional, menos conhecido e canonizado.

Outra crítica de Caro se volta contra os chamados “highlights”. Em 10 de agosto de 1874, aparece a apreciação do disco *Os clássicos mais populares do mundo*, da Philips, em que o crítico cria uma história hipotética sobre o sadismo de selecionar trechos de peças, descontextualizando-as. Caro diz duvidar que este seja o mecanismo mais apropriado para divulgar a música clássica. O mesmo aparece em 1 de junho de 1974, na coluna intitulada *Pecinhas e Pedacinhos*, em que resenha o disco *Clássicos para milhões*, da Deutsche Grammophon, e fala dos esquitejamentos que geram os hits e subestimam a capacidade do ouvinte de apreciar um peça na íntegra.

A postura de Caro também se aproxima de Adorno na crítica à razão tecnológica. Na coluna de 10 de novembro de 1979, Caro avalia a qualidade de som do disco positivamente, mas faz o adendo de que “o que, porém, ainda mais interessa ao comprador de discos, supondo que este seja um amante de música e não um mero manipulador de botões, é o que contém os sulcos tão recentemente abertos”. A



dicotomia entre o melômano e o que ele chama de “botonista” também aparece em texto que publica no jornal *O Estado de São Paulo* mais tarde, onde ele descreve as duas figuras. Os “botonistas” seriam aqueles mais interessados nos botões do painel de seu aparelho de som de última geração e em suas capacidades técnicas do que na música que sai de seus alto-falantes. Para o crítico radicado no Brasil, por fim, “qualquer música enlatada chega na melhor das hipóteses perto do som natural, e a imaginação do ouvinte sempre deve suprir o restinho que falta e nem 12 alto-falantes nem 60 botões podem completar”.

### **Considerações finais**

Criticadas, revisadas e atualizadas, muitas das idéias e discussões da teoria crítica da Escola de Frankfurt seguem auxiliando a interpretação de fenômenos culturais. No caso do presente estudo, foram fundamentais para pensar a indústria fonográfica dedicada aos clássicos, tema central da coluna *Os melhores discos clássicos*, assinada por Herbert Caro durante mais de 20 anos no jornal *Correio do Povo*.

Percebe-se que especialmente as idéias de Benjamin e Adorno estão por trás de seu pensamento e de suas posições a respeito da inserção da música gravada no mercado de bens culturais, visto que as inquietações que motivaram os teóricos frankfurtianos ainda não se dissolveram. Estudo inicial e exploratório aponta que, assim como Adorno vislumbrou, a indústria fonográfica dos clássicos desenvolveu-se em conformidade com aquela do pop, forjando estrelas e reforçando a escuta fácil do já reconhecido. Houve, fica claro, uma ampla difusão da música, entretanto, esse acesso foi restrito em função do custo das novas tecnologias e das próprias determinações da produção que prima pelo lucro (e não pela excelência artística).

Dentro deste universo, Caro assumia uma posição de guia iluminista no afã de disseminar a música de concerto. Ele acredita na possibilidade da difusão dessa música através do disco, mas pensa que ela não substitui a audição ao vivo (por isso, por exemplo, muitas vezes faz referência à programação do Teatro São Pedro, incentivando a frequência a concertos). Tradutor alemão legitimado na cena cultural porto-alegrense, ostentava uma formação humanista européia que balizava suas impressões sobre as gravações eruditas. Um espaço de reforço da distinção social



decorrente do acesso às artes e às humanidades que difundia um valor bastante útil à indústria fonográfica dos clássicos.

## Referências

- ADORNO, Theodor. Idéias para a sociologia da música. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (org.). **Teorias do rádio** – textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008. p. 173-178.
- \_\_\_\_\_. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: BENJAMIN, W.; HABERMAS, J.; HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Coleção os pensadores). p.165-191.
- \_\_\_\_\_; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: \_\_\_\_\_. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985. p. 113-156.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: \_\_\_\_\_. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 165-196.
- CARO, Herbert. Clássicos para principiantes. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 10 abril 1983. p.12-13.
- CESAR, Guilhermino. Um companheiro. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 16 out. 1976. Caderno de Sábado, p. 3.
- DIAS, Marcia Tosta. **Os donos da voz**: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. 2 ed.. São Paulo: Boitempo, 2008.
- FREITAG, Bárbara. **Teoria crítica**: ontem e hoje. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- GOLIN, Cida . **Histórias do jornalismo cultural**: o primeiro ano do Caderno de Sábado. Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC), Florianópolis: UFSC / Insular, v. 2, n. 2, p. 133-142, 2005. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/>. Acesso em 6 de novembro de 2008.
- LEBRECHT, Norman. **Maestros, obras-primas e loucura**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- PUTERMAN, Paulo. **Indústria cultural**: a agonia de um conceito. São Paulo: Editora Perspectiva, 1994.
- RÜDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural**: comunicação e teoria crítica da sociedade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.