

Os movimentos da indústria fonográfica na crítica jornalística:

a contribuição de Herbert Caro, vendedor das *coisas do espírito*

The movements of the phonographic industry in journalistic criticism:

the role of Herbert Caro, seller of things of the spirit

Ana Laura Colombo de Freitas | anaurafreitas@gmail.com

Jornalista, mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. Atua na área do jornalismo cultural, com experiência em rádio, revista e web.

Cida Golin | cidago@terra.com.br

Jornalista, doutora em Letras pela PUC-RS, professora do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Fabico/UFRGS..

Resumo

O artigo busca pistas da história da fonografia no Brasil a partir da coluna *Os melhores discos clássicos* do crítico alemão naturalizado brasileiro Herbert Caro no jornal *Correio do Povo*, RS, entre 1967 e 1980. Caro entendia a reprodutibilidade técnica como estratégia de difusão musical e formação de público. Mediador e orientador do consumo, acompanhou a oscilação da indústria fonográfica no Brasil, fomentou a escuta de gravações e propagou critérios de escolha e compra de discos.

Palavras-Chave: Indústria fonográfica; Crítica musical; Herbert Caro.

Abstract

*The article searches for clues of the history of phonography in Brazil built on the column *Os melhores discos clássicos*, written by the, naturalized Brazilian, German born critic Herbert Caro, in *Correio do Povo* newspaper, in Rio Grande do Sul, between 1967 and 1980. Caro saw the technical reproducibility as a strategy for musical diffusion and education of the public. Mediator and advisor of consumption, he followed the oscillation of the phonographic industry in Brazil, fomented the listening of recordings and propagated criteria for choosing and buying records.*

Keywords: *Phonographic industry; Musical criticism; Herbert Caro*

Introdução

O jornalismo cultural participa do jogo de disputas que engendra o sistema artístico e cultural, inserindo-se como lugar de visibilidade e prática que se apropria e reformula conceitos e valores sobre a cultura. Neste ambiente, a crítica tornou-se espaço legitimador por excelência de obras e produtores. Junto ao leitor, assume papéis de mediação e tradução dos códigos artísticos, por vezes de modo didático, além de cumprir função importante na orientação do consumo de bens culturais. Neste caminho, registra os movimentos do campo da cultura e os pensamentos sobre ela em determinada época.

Neste artigo, buscamos contribuir para a reconstituição da história da fonografia no Brasil, valendo-nos do testemunho deixado pelo crítico Herbert Caro em sua coluna *Os melhores discos clássicos*. Alemão naturalizado brasileiro, Caro marcou a história cultural porto-alegrense na medida em que formou gerações de ouvintes da chamada música erudita. Seus textos acerca dos lançamentos da indústria fonográfica circularam por mais de 20 anos, entre as décadas de 1950 e 1980, no principal jornal à época no Rio Grande do Sul, o *Correio do Povo*.

Durante este período, Caro tornou-se referência no estado quando o assunto eram os lançamentos da indústria fonográfica na área dos clássicos. Era abordado na rua por seus leitores, que o interrogavam sobre os caminhos para se iniciarem nessa tradição musical e formarem uma discoteca própria, o que sinaliza o importante papel de mediação assumido por ele em função das colaborações no jornal. Suas colunas fizeram a crônica do cotidiano dessa indústria no Brasil e constituem, portanto, fonte incontornável para pensar sua história.

Em pesquisa¹ de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, estudamos a experiência de Caro sob o olhar do jornalismo, identificando os conteúdos mobilizados pelo colunista para afiançar e preparar a escuta dos discos clássicos e as estratégias cronísticas usadas no processo de aproximação da música de concerto do leitor leigo. A análise de conteúdo realizada teve como *corpus* o período em que a coluna esteve inserida no *Caderno de Sábado* (1967-1981), suplemento semanal de cultura do *Correio do Povo*. Após a leitura flutuante das 466 edições constituintes de nosso universo de pesquisa, trabalhamos com 26 textos representativos.

O presente artigo é um recorte desse estudo. Explora especificamente o relato que *Os melhores discos clássicos* construiu dos altos e baixos da indústria fonográfica no país, mapeia os sentidos presentes em comentários, expectativas e interpretações do crítico e os critérios de escolha e compra desses produtos que Herbert Caro sugere ao leitor. Nosso estudo analisou as outras dimensões de atuação do crítico em seus textos, como seu caráter pedagógico, de mediação e de incentivo da escuta, mas, no presente artigo, interessa-nos destacar a questão pragmática da compra, do consumo, da venda e da indústria.

Herbert Caro e Os melhores discos clássicos

Herbert Caro aproximava a experiência de crítica de discos no *Correio do Povo* à sua atuação anterior no “balcão” da Livraria Americana, entre

1949 e 1957, no centro de Porto Alegre, onde fora responsável pela seção de livros estrangeiros. Na edição natalina de *Os melhores discos clássicos* publicada em 23 de dezembro de 1972, ele compara as vivências como vendedor de livros e vendedor de discos (ou crítico) nesse período conturbado de escolha de presentes no comércio:

Naquela época remota, quando eu labutava atrás do apenas metafórico “balcão de livreria”, a semana de Natal era para mim simultaneamente uma fonte de alegria e um pesadelo. O inusitado movimento de vendas não podia deixar de causar-me prazer, mas, ao mesmo tempo, enervava-me a ininterrupta lufá-lufá e a consequente impossibilidade de bem atender os fregueses, dando-lhes as necessárias informações. Minha função de crítico de discos clássicos, por sua vez, tem a vantagem de proporcionar-me dez meses, de março a dezembro, para emitir a minha opinião a respeito das gravações mais recomendáveis, e quem acompanhar as crônicas com alguma atenção saberá, à base delas, escolher um presente adequado para a namorada ou ao titio².

Caro tinha consciência, portanto, de sua inserção no campo da cultura como orientador do consumo de discos, intermediário da música de concerto e sua indústria com o público. Pode-se dizer que ele tendia, de um modo geral, a ocupar esse lugar social de mediador, fosse na redação da correspondência comercial de um exportador de couros ou como caixeiro-viajante (funções desempenhadas logo que chegou ao Brasil), fosse na tradução de livros, em colaborações na imprensa em diversas áreas, nos ciclos de palestras sobre artes visuais ou como administrador da biblioteca do Instituto Cultural Brasileiro-Alemão, hoje Instituto Goethe, de Porto Alegre.

Herbert Moritz Caro (Berlim, 16 de outubro de 1906 – Porto Alegre, 23 de março de 1991) era filho de um reconhecido advogado berlinense e cresceu em uma família abastada. Obteve o título de doutor em Direito pela tradicional Universidade de Heidelberg em 1930, mas, em 1933, teve seu direito de atuar profissionalmente cassado, devido à promulgação das primeiras leis antisemitas do governo nazista. Refugiou-se no Brasil, mais especificamente em Porto Alegre, onde chegou no ano de 1935.

Sua entrada para o círculo intelectual porto-alegrense deu-se em 1939, quando, a convite do escritor Erico Verissimo, passou a fazer parte da famosa Sala dos Tradutores da Editora Globo. Ali exerceu as funções de tradutor (do alemão e do inglês), dicionarista e revisor. A tradução o acompanhou para o resto da vida, sendo sua principal ocupação, pela qual tornou-se amplamente conhecido no Brasil e ganhou prêmios importantes.

Além de ter lhe dado abrigo e um novo ofício, Porto Alegre também fez com que Caro recuperasse seu gosto pela música. Apesar de ter nascido em berço musical, pois sua mãe era uma cantora lírica amadora e recebia sempre muitos músicos em sua casa, ele preferia o teatro. Na ausência de uma cena teatral consolidada na capital gaúcha, e com a necessidade do consumo de bens culturais, tornou-se frequentador assíduo dos concertos e recitais do Theatro São Pedro. A redescoberta do gosto coincidiu com o crescimento da produção fonográfica no Brasil, e ele transformou-se em um aficionado por discos.

Nesse contexto, começou a publicar sua coluna no *Correio do Povo*. *Os melhores discos clássicos* estreou em 22 de fevereiro de 1959. Em sua apresentação, prometia-se espaço de recomendação dos melhores lançamentos da indústria fonográfica no segmento da música de concerto, preocupando-se em enfatizar sua desvinculação com as gravadoras. Caro sabia, no entanto, que dispunha de um lugar de visibilidade para aqueles produtos, com repercussão em suas vendas – além de perceber que podia atuar como um defensor dos direitos do consumidor, apontando falhas nos produtos e questionando propagandas enganosas ou contracapas com erros ou subaproveitadas.

Herbert Caro julgava que a função cumprida por sua coluna era similar à da contracapa de um disco, tão valorizada por ele a ponto de comprometer a avaliação positiva ou negativa de um álbum. Como qualquer outro produto, o disco deveria ser divulgado – além disso, era necessário que tivesse seu consumo especialmente estimulado, visto que atuava na difusão do patrimônio musical. Neste sentido, buscava fazer o que fosse possível para estimular sua compra, assim como as contracapas deveriam trazer material informativo, além de dados relevantes e corretos.

Caro acreditava no papel do disco na aproximação com um repertório muitas vezes tido como impenetrável, atuando na formação de público para os concertos. Por meio da coluna, portanto, pretendia instigar e desenvolver o gosto do leitor por essa música, mediando este contato que, em seu entendimento, seria enriquecedor para novos ouvintes, filiando-se à ideia da cultura como meio de elevação do espírito.

Munida deste intuito, a crítica de Herbert Caro soube explorar o espaço jornalístico, protagonista no processo histórico de vulgarização para difusão das artes, dentro do ideal iluminista de formação do leitor. Posturas sacralizadas nas salas de concerto e no ambiente acadêmico que acolhe essa música até hoje foram ali diluídas em nome da tradução dos códigos desse campo autônomo para o leitor leigo-culto do *Correio do Povo*.

Panorama da indústria fonográfica em expansão

A publicação da coluna *Os melhores discos clássicos* no *Correio do Povo* se dá em meio à consolidação das indústrias culturais no Brasil. Se as décadas de 1930 e 1940 foram marcadas por produções direcionadas às camadas escolarizadas da população, nas de 1960 e 1970, houve a massificação do mercado cultural brasileiro (ORTIZ, 1994). 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 (DIAS, 2008).

Antes de abrigar sedes de gravadoras, estabeleceu-se a prática de impressão e distribuição local dos catálogos internacionais. É o que indica Herbert Caro, na coluna de 25 de maio de 1968, não sem se valer do humor que lhe era próprio:

O Brasil somente entrou na História do Disco, quando, com a crescente industrialização, começamos a gravar, à base de matrizes ou fitas sonoras enviadas

dos países de origem. Desde então, porém, assistimos também ao espetáculo de matrimônios contraiados e desfeitos com a mesma facilidade de casamentos das estrelas de Hollywood. Marcas americanas surgem no nosso mercado, passam uma lua de mel nos braços de um editor nacional, desquitam-se em seguida, somem e, às vezes, topam na encruzilhada dos caminhos com outro cônjuge. Assim já tivemos a Vox, a Vanguard, a Audio, a RGE, a Kapp, e temos novamente, após anos de dolorosa separação, a Westminster e agora também a Decca, a cujo consórcio com o valente Chantecler auguro muita felicidade e longa duração³.

Em termos financeiros, era vantajoso pensar aqui discos já lançados em outros países, evitando gastos com novas gravações, projeto gráfico e promoção, visto que, em geral, tratava-se de artistas consagrados mundialmente. A instalação das gravadoras internacionais no Brasil motivou amplo debate, em função da desvantagem competitiva para as empresas nacionais e da enxurrada de lançamentos de música estrangeira. Neste contexto, em 1967, foi criada uma lei de incentivo fiscal que possibilitava o abatimento de impostos para os registros de artistas brasileiros. (VICENTE, 2002). Os projetos beneficiados circulavam com o selo “Disco é Cultura”.

Com base nas observações de Caro, entretanto, temos que esta medida não foi suficiente para alterar significativamente o quadro das oportunidades de registro do repertório nacional, pelo menos na área da música de concerto. A coluna de 25 de setembro de 1971 apresenta um panorama da situação:

Quando esta crônica sair, em fins de setembro, três quartas partes do ano de 1971 terão passado, e no entanto será ela a primeira a tratar de uma obra de fôlego da nossa música erudita. As nossas fábricas mostram-se atualmente mais reticentes do que nunca com relação aos compositores nacionais. Sei muito bem que não é fácil vender música clássica no Brasil. Sei também que lançar discos é “um negócio como qualquer outro” e implica a probabilidade de lucros. Mas, tenho para mim que discos, da mesma forma que livros, são uma mercadoria sui generis. Quem afirma, como as nossas lançadoras teimam em fazer, que “Disco é cultura” assume certas responsabilidades. Reza um provérbio inglês que “charity begins at home”. Acho que também a cultura deve ser plantada antes de mais nada em casa, com aproveitamento das melhores sementes nacionais. Não me parece conveniente resolver esse assunto por leis ou decretos que obriguem os fabricantes brasileiros a dedicarem pelo menos uma ínfima parcela de seu programa de lançamentos à música clássica nacional, à maneira do que se impôs aos donos de cinemas ou aos organizadores de concertos. Sou, porém, da opinião de que existem deveres morais para com o Brasil que não se cumprem apenas com palavras patrióticas, e entre eles figura a divulgação dos valores produzidos entre nós nos campos da Literatura, das Belas Artes e – last but not least – da Música⁴.

Na percepção do crítico, portanto, a questão passava pela noção de responsabilidade cultural, que deveria ser levada em conta pela indústria. Adepto da perspectiva benjaminiana da reprodutibilidade técnica, Herbert Caro entendia que, por mais determinante que fosse o intento comercial, as gravadoras estavam comprometidas, em essência, com o ideal da ampliação do acesso à música erudita para uma maior parcela da população por meio do disco. Na visão de Lebrecht (2008), a indústria fonográfica dos clássicos estava, de um lado, ligada à mesma lógica comercial de qualquer outra indústria, mas, de

outro, carregava a bandeira de um ideal iluminista de formação através das artes. A posse do disco foi sinal de refinamento e cultura:

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 (LEBRECHT, 2008, p. 12).

A característica dos lançamentos da indústria que mais perturbava Caro em seu ideal de acesso ao repertório integral da tradição musical dita erudita era a repetição de fórmulas, ou seja, a insistência em oferecer os mesmos produtos que têm maior apelo de venda. Uma peça gravada repetidamente significava que outras inéditas estavam deixando de ser registradas. Em função de não ter aceitação garantida pelo consumidor, a música brasileira, assim como outros repertórios menos reconhecidos e consagrados, acabava prejudicada. Em 30 de maio de 1970, a coluna é intitulada *37 concertos de Vivaldi*. Em 29 de agosto de 1970, *Enxurrada vivaldiana*: já contabilizavam 59 os concertos do compositor lançados naquele ano. Vale lembrar, com Lebrecht (2008), que depois do auge das gravadoras de música clássica no mundo, restaram nada menos que 140 gravações diferentes das mesmas *Quatro estações*, de Antonio Vivaldi (1678-1741).

A mesma dificuldade enfrentavam as óperas e operetas. Por precisarem de mais de um disco para serem registradas na íntegra, em geral, assim como o repertório nacional, dependiam desse empenho de “responsabilidade cultural”. Em seus balanços anuais, nas edições em que elegia os melhores do ano, Caro fazia menção à raridade dos lançamentos de óperas inteiras. Apenas nos anos de 1977 e 1979, dois dos mais fecundos em novidades da indústria fonográfica dos clássicos ao longo da existência da coluna, o crítico festejou avanços neste sentido.

A necessidade da oferta permanente de novidades pela indústria fonográfica da música de concerto era outro fator condenado na coluna *Os melhores discos clássicos*. Em 25 de março de 1972, por exemplo, Caro se volta para uma das estratégias que atendem a essa demanda da produção industrial: a arqueologia musical. Para o crítico, “há artistas que quase se especializaram em ‘reestreas’”⁵. As prateleiras de arquivos e bibliotecas tornam-se um oásis para músicos obcecados por ressuscitar peças nunca gravadas, apenas estreadas à sua época.

Outro recurso seria *O conto da novidade*, retratado na coluna de 4 de maio de 1974: são as reedições com novas capas, que forjam a novidade. O problema principal, para Caro, seria o fato de cobrarem os mesmos preços, apesar de as gravações já estarem prontas e, provavelmente, com a qualidade sonora obsoleta: “o pobre do discófilo brasileiro tem de pagar os mesmos 40 cruzeiros pelo filé de novilho e pela paleta de vaca velha”⁶.

Se a reedição pode ser um problema para Herbert Caro, também o é a sua falta, como se vê na crítica de 7 de agosto de 1971, intitulada *Ressurreição gloriosa*:

No Brasil, não somente os discos populares mas também os clássicos têm geralmente vida muito breve. Surgem no firmamento, iniciam e rapidamente terminam trajetórias luminosas, qual cometas, e em seguida desaparecem, sem deixar rastros, a não ser

*nas coleções de alguns melômanos felizardos. Sua tiragem, via de regra, é pequena. Quando estão coroados de êxito, esgota-se depressa, e a fábrica lançadora, como que aliviada do temor de um encalhe oneroso, nunca pensa numa reedição. E quando malogram, são torrados, inexoravelmente, nas liquidações de saldos, e graças ao preço reduzido, quase sempre encontram compradores. Alguns anos após a sua aparição, nem sequer os atribulados lojistas se lembram deles.*⁷

A utilização dos chamados *highlights* também era abominada pelo crítico. Em 10 de agosto de 1974, na coluna intitulada Gato-sapato, aparece a apreciação do disco *Os clássicos mais populares do mundo*, da Philips, em que Caro cria uma história hipotética sobre o sadismo de selecionar trechos de peças, descontextualizando-as. Ele 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 uma peça na íntegra.

A crônica da indústria fonográfica legada por Caro ainda nos deixa ver um mercado no qual os discos das grandes gravadoras costumavam chegar com atrasos consideráveis, que implicavam obsolescência tecnológica do registro e das próprias interpretações. Com base nesse testemunho, o lançamento dos clássicos no catálogo brasileiro era mesmo um feito hercúleo, como o crítico-cronista nos indica na coluna de 22 de maio de 1971:

*Certamente, os fabricantes de discos conhecem o mercado brasileiro tão bem ou melhor do que eu. Sabem que as vendas de Mozart ou Beethoven jamais podem igualar as de Roberto Carlos. Se, apesar disso, se arriscam em aventuras no campo da música clássica, merecem a admiração que se deve a heróis.*⁸

No âmbito da música de concerto, a partir do registro da coluna *Os melhores discos clássicos*, a quantidade de lançamentos por ano foi inconstante ao longo do período analisado, apresentando altos e baixos. Com base nos balanços elaborados por Herbert Caro ao final de cada ano, percebemos que a coluna nasce em função do aumento da produção no fim da década de 1950, mas que, depois de viver uma efervescência, o número de lançamentos cai no fim dos anos 1960. Em 28 de junho de 1969, Caro dedica sua coluna para refletir sobre a crise e recordar-se dos tempos mais férteis:

[...] não sei dizer com certeza se as fábricas imerecidamente qualificadas de 'lançadoras' já me aposentaram em definitivo [em seu ofício de crítico de discos clássicos] ou apenas me deram férias prolongadas, precisamente na época do ano em que mais trabalho deveria haver para mim?

A situação melhora consideravelmente no início da década de 1970, mas tem nova queda nos anos de 1973 e 1974, devido, segundo Caro, à escassez de matéria-prima (ao que tudo indica, como reflexo da crise do petróleo de 1973). Em seguida, os números dessa produção voltam a crescer, deixando o crítico satisfeito nos anos de 1977 e 1979, apontados por ele como os mais fecundos desde o início da publicação de sua coluna. O ano de 1980, entretanto, de acordo com

Caro¹⁰, “não alcançou nem de longe os recordes dos mais fecundos anos anteriores”. Apesar dessa irregularidade no âmbito da quantidade de lançamentos, a qualidade foi registrada sempre como crescente.

Com a crise econômica instalada na década de 1980, as empresas de menor porte enfrentam dificuldades de sobrevivência, e a indústria passa por uma expressiva racionalização de seu processo produtivo. Projetos com finalidades menos imediatistas perdem ainda mais espaço. No que tange à música de concerto, a conjuntura que se consolida é a da predominância de relançamentos de gravações de baixa qualidade técnica e artística, com encartes pouco ou nada informativos, provindas dos catálogos estrangeiros e, em geral, com repertórios circunscritos às mesmas peças e aos mesmos compositores (VICENTE; SERGL, 2010).

A crise da indústria coincidiu com a da Empresa Jornalística Caldas Júnior, que culminou com a suspensão da publicação do *Correio do Povo* em 1984 (o jornal volta a circular em 1986, reformulado e com nova direção). Herbert Caro, por alguns anos, migrou para o jornal *Zero Hora*, mantendo colaborações mensais. Com a chegada do CD, resolveu aposentar-se do ofício de crítico musical.

A orientação do consumo

O trabalho de Caro em *Os melhores discos clássicos* se aproxima da definição de Eagleton (1991, p. 43) para o homem de letras inglês do século XIX, “membro de uma classe letrada dotada de espírito”, que ocupa um lugar de autoridade para popularizar um conhecimento, mas também atua como um “razoável vendedor das coisas do intelecto”. Esse exercício de orientação do consumidor no mercado fonográfico dos clássicos coloca a crítica de Herbert Caro em um contexto, como vimos anteriormente, de consolidação das indústrias culturais no Brasil e de transição no âmbito do jornalismo, do modelo francês para o norte-americano, em que a lógica do serviço torna-se predominante. Caro justamente incorpora essa transformação, mantendo-se entre o jornalismo opinativo e o de serviço.

No trecho a seguir, que introduz a coluna *O suprasumo*, ele fala da relação que nutre com seus leitores no sentido da formação de suas discotecas clássicas:

Frequentemente, os meus leitores consultam-me acerca do melhor modo de organizar-se uma discoteca de Música Clássica. Querem saber quais as gravações mais indicadas para formarem “a base”. Não é fácil responder. Por dois motivos. Em primeiro lugar, porque o principiante só poderá adquirir o que houver no mercado, no nosso mercado paupérrimo, que nunca se torna mais rico, porquanto os fabricantes, via de regra, ficam felizes da vida, quando se esgota a primeira tiragem de um “clássico”, e não têm a coragem necessária para regrava-lo. Assim pode acontecer que obras fundamentais, que já tivemos uma que outra vez, fáltem por longos anos no estoque de nossas lojas, até que alguma lançadora se anime a oferecê-las novamente. Mas, além de deficiências e incertezas de nosso mercado, o que mais influi sobre a organização de qualquer discoteca é o gosto pessoal do dono. Não adianta eu recomendar o “Cravo bem temperado” a quem for “fan” irrestrito do Verismo italiano. [...] Costumo expor

*tudo isso pacientemente, já prevendo a pergunta que o leitor desmorteado me fará em seguida: – Mas, e o sr., – dirá – como organizou a sua discoteca?*²¹

Deste relato se depreende uma das lições que Caro dá a seus leitores a respeito do consumo de discos clássicos: *a compra deve ser movida pelo gosto pessoal*. Além disso, por trás da ideia de formação da discoteca, que subentende colecionismo, está o interesse maior do colunista: o acesso ao repertório integral da música de concerto. Percebe-se em seus posicionamentos que a importância de um lançamento é diretamente proporcional ao nível de ineditismo em relação ao que já existia e estava disponível no catálogo nacional.

Em decorrência desse ideal, *a compra deve se balizar pela novidade*. A orientação de compra mínima, que aparece em todas as colunas, é o fornecimento dos dados do disco, especialmente o número dele no catálogo, facilitando sua busca no mercado. A localização da obra, do compositor e do intérprete no catálogo é recorrente e mapeia a novidade do lançamento bem à maneira dos critérios de noticiabilidade do jornalismo.

É claro que essa busca pelo novo também estava dentro de uma lógica de mercado. Como lembra Tolila (2007), em meio à tendência à padronização da produção industrial, estabeleceu-se como valor no segmento cultural a originalidade, que implica a ênfase na singularidade do criador, do estilo e da assinatura. No âmbito do discurso jornalístico, isso se reflete na prática da personalização, no olhar através do sujeito. Na crítica de Herbert Caro, percebe-se o valor do original frente àquilo que julga convencional, não inovador, e compositores, maestros e instrumentistas têm sua legitimidade reforçada, aprofundando *a compra dos discos, do que decorre que a compra pode referenciar-se pela assinatura de artistas consagrados*.

Outra orientação de consumo é a de que *a compra depende do que há nas lojas*. É recorrente a reclamação de Caro sobre gravações esgotadas e nunca reeditadas pela indústria fonográfica. Por isso essa ênfase no que estava disponível no comércio especializado local e, muitas vezes, na recomendação de que o leitor se apressasse para adquirir antes que acabassem os exemplares. Em *O tesouro dos tesouros*, Caro¹² adverte: “Comprem-na, antes de esgotar-se a ‘edição limitada’! Aproveitem a oportunidade de ouvirem obras de inigualável beleza em interpretações magníficas!”

Dada a importância da música na visão de Herbert Caro, justificam-se esses momentos em que ultrapassa a sedução ou o incentivo interessado e utiliza formas imperativas para recomendar a escuta e, logo, a compra. Tudo isso se dá em meio à informalidade, ao diálogo instaurado no texto pelas estratégias cronísticas utilizadas pelo crítico, aproximando o autor do leitor e criando a intimidade que permite a sugestão, a recomendação, a orientação e até mesmo uma ordem de aquisição do produto. Corrobora neste sentido a tradição cronística brasileira, exemplar no uso da voz pessoal, no estabelecimento do vínculo com o local e no manejo da linguagem informal.

Ao adotar a primeira pessoa do singular em sua coluna, Caro não só estabelecia a voz de interlocução com o leitor, mas também construía sua credibilidade,

conforme falava sobre si. Revelava ter acesso privilegiado a informações, receber os discos antes de eles chegarem às lojas, ler revistas e catálogos internacionais, viajar anualmente à Europa e manter-se atento aos jornais do centro do país. As declarações de que eram as gravadoras que lhe remetiam os lançamentos também reforçavam a legitimidade de seu posto. O crítico usava bastante a palavra “submeter” para se referir a isso, enfatizando o fato de que a indústria lhe reconhecia como especialista em discos, queria saber sua opinião e entendia sua coluna como um espaço importante para a divulgação desses produtos. Por consequência, temos que sua voz era ouvida pelos produtores fonográficos. E Caro explorava esse respaldo para reiterar sua credibilidade neste ofício.

O colunista natural da Alemanha, no entanto, não se paralisa na posição hierárquica que ocupa e sim desloca sua voz pessoal na direção da aproximação cultural com seu interlocutor. Por isso, mantém forte vínculo com o local. O factual para o crítico-cronista em *Os melhores discos clássicos* está nos lançamentos da grande indústria fonográfica, com sedes no exterior, mas Caro busca o enquadramento a partir do catálogo brasileiro e explora as referências à realidade local de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul. Para localizar seu interlocutor no conteúdo das gravações, mapeia o que foi ou não apresentado nos palcos porto-alegrenses.

Completando esse movimento de aproximação com o leitor, o uso da linguagem informal traz a música de concerto do universo dos códigos eruditos para o cotidiano. Herbert Caro vale-se da oralidade e deixa que em seus textos desfilem trocadilhos e analogias. Especialmente por meio das analogias, cria a ideia de que este repertório é algo de qualidade rara, capaz de elevar o espírito, que merece respeito e deve ser valorizado, mas, ao mesmo tempo, não é algo impenetrável como quer o senso comum, pode ser acessado por qualquer pessoa que tenha interesse e deve figurar no dia-a-dia, sem necessariamente obedecer aos rituais das salas de concerto.

Considerações finais

Com regularidade e permanência ao longo de mais de 20 anos, *Os melhores discos clássicos* mediou o contato do público com a música de concerto e orientou o leitor na construção de sua discoteca. Incorporando a experiência como vendedor da Livraria Americana em sua coluna no *Correio do Povo*, Hebert Caro colocou-se como um balconista da loja de discos nas páginas do jornal.

Entendia a reprodutibilidade técnica como veículo para a difusão musical e a formação de público, idealizando que, por meio dos lançamentos da indústria, o público pudesse ter acesso ao repertório integral da música de concerto. Sabia do espaço jornalístico de visibilidade de que dispunha no principal diário do Rio Grande do Sul à época (décadas de 1960 e 1970), de impacto e circulação nacional, e o colocou ao dispor de seu intento de estimular a compra dos registros dessa música que julgava capaz de enriquecer o indivíduo e conduzi-lo na elevação de seu espírito.

Os melhores discos clássicos surge em um contexto de expansão da indústria fonográfica no Brasil e, ao longo de suas mais de duas décadas de

existência, produz uma crônica de seu cotidiano, acompanhando as vicissitudes dos lançamentos no segmento da música de concerto. Apesar de estarem submetidos aos mesmos processos de produção industrial de outras tradições musicais, os registros do repertório dito erudito, por seu apelo comercial restrito em função do número de ouvintes iniciados reduzido, portava uma ideia de responsabilidade cultural. Portanto, Caro condenava a repetição de fórmulas, a necessidade permanente de novidade, a falta de reedições para abastecer o mercado, os *highlights* e os atrasos na chegada do conteúdo às terras brasileiras.

Ainda assim, fazia o possível para instigar a escuta e a compra das gravações. Curiosamente costumava chamar o disco de “música enlatada”, em analogia frequente entre música e gastronomia, com os alimentos acondicionados em latas, de validade ampliada pelo uso de conservantes, socialmente tidos como menos saudáveis, mas que viabilizavam o acesso necessário para a formação de novos ouvintes para a música ao vivo.

Como vimos, o uso de analogias informais como essa reflete o domínio das estratégias de persuasão do leitor, qualidade comum à crônica brasileira. Outra sugestão recorrente em *Os melhores discos clássicos* é a aproximação entre música e garimpo, figura apropriada para definir o papel que o crítico ali desempenha: o de garimpeiro. Como na própria etimologia do termo “crítica”, do grego, separar, discernir, escolher (além de julgar), Caro peneira os lançamentos da indústria e o repertório da música de concerto e apresenta ao leitor as preciosidades, as joias que encontra neste caminho.

Em tempos de crise da indústria fonográfica, de difusão dos meios de gravação e criação de formas alternativas de distribuição, retomar a experiência de Herbert Caro pode parecer anacrônico à primeira vista. A internet hoje nos permite acesso a praticamente todo o repertório da música de concerto, assim como de outras tradições, o que era impensável naquela época. No labirinto desse acesso ampliado, entretanto, permanece a dúvida de que não sigamos ouvindo sempre as mesmas coisas. Ganha, assim, atualidade a ideia que havia por trás da atuação de Caro como crítico: ampliar a esfera de contato com a música, visitar outros repertórios, confrontar-se com novos sons.

Referências bibliográficas:

DIAS, Marcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2008.

EAGLETON, Terry. *A função da crítica*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1991.

LEBRECHT, Norman. *Maestros, obras-primas e loucura*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

VICENTE, Eduardo. *Música e Disco no Brasil: a trajetória da indústria nos anos 80 e 90*. 2002. 335 f. Tese (Doutorado em Comunicações) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

_____; SERGL, Marcos Júlio. *Mercado fonográfico nacional e a produção de música erudita*. In: VICENTE, Eduardo; GUERRINI Jr., Irineu. (Org.). *Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil*. vol. 1. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010. p. 111-126.

Notas

1. “A formação do gosto musical na crítica jornalística de Herbert Caro no Correio do Povo (1968-1980): da torre de marfim ao rés do chão”, de Ana Laura Colombo de Freitas, sob orientação da profa. dra. Cida Golin.
2. Em tempo. Correio do Povo, Porto Alegre, 23 dez. 1972. Caderno de Sábado, p. 5.
3. Caminhos cruzados. Correio do Povo, Porto Alegre, 25 mai. 1968. Caderno de Sábado, p. 12.
4. Paladinos de Villa-Lobos. Correio do Povo, Porto Alegre, 25 set. 1971. Caderno de Sábado, p. 13.
5. Arqueologia musical. Correio do Povo, Porto Alegre, 25 mar. 1972. Caderno de Sábado, p. 15.
6. O conto da novidade. Correio do Povo, Porto Alegre, 4 mai. 1974. Caderno de Sábado, p. 15.
7. Ressurreição gloriosa. Correio do Povo, Porto Alegre, 7 ago. 1971. Caderno de Sábado, p. 15.
8. Palestrina e Lassus. Correio do Povo, Porto Alegre, 22 maio 1971. Caderno de Sábado, p. 15.
9. Recordações. Correio do Povo, Porto Alegre, 28 jun. 1969. Caderno de Sábado, p. 15.
10. Melhores de 1980. Correio do Povo, Porto Alegre, 27 dez. 1980. Caderno de Sábado, p. 2.
11. O supra-sumo. Correio do Povo, Porto Alegre, 1 set. 1973. Caderno de Sábado, p. 15.
12. O tesouro dos tesouros. Correio do Povo, Porto Alegre, 6 nov. 1976. Caderno de Sábado, p. 15.