

Obituário do CD clássico

Eduardo Socha

O crítico inglês Norman Lebrecht mostra os bastidores das principais gravadoras e declara o fim da indústria fonográfica.

Quando a finlandesa Linda Brava - boxeadora, esquiadora, co-pilota de rally, atriz, modelo e capa da Playboy (uma das Sex Stars of 1998 da edição americana) - começou a ganhar notoriedade na década de 1990, não foram somente suas peripécias esportivas e seus ululantes atributos físicos que serviram de expedientes para uma certa fama planetária. Também violinista da Orquestra da Ópera de Helsinque, a moça provocava suspiros nas salas de concerto europeias com seus dotes musicais (para lá de suspeitos, diga-se). Todos os atributos somados, dava a nítida impressão de ser uma renascentista da pós-modernidade. Em 1999, a EMI Classics, gigante da indústria fonográfica, não perdeu a chance. Profundamente mergulhada em crises financeiras, contratou a beleza para gravar o CD Linda Brava, incluindo hits bombásticos do repertório de elevador, como Ave Maria, de Gounaud, e Berceuse, de Fauré. Sucesso imediato, a crítica "especializada" era só elogios: "a sensação do violino da Finlândia" estampava o respeitado The Gramophone, seguido por comentários positivos das revistas Andante e Classic CD; o jornal The Times, por sua vez, atingia o píncaro da exaltação e, sem medo de perder seus leitores, lapidou o trocadilho criminoso "Bravo Brava!"



Linda Brava: sintomas de um mercado agonizante (Divulgação)

Na esteira do sucesso da finlandesa, o prestigiado selo Decca - outro titã conhecido pela qualidade de suas gravações (o "som Decca" virou sinônimo para perfeição acústica) - não demorou muito para colocar nas lojas o primeiro disco do Bond, um quarteto de cordas de moças siliconadas à la Spice Girls, que estremecia o mundo com interpretações estridentes da "Abertura 1812" de Tchaikovsky. Fenômenos parecidos de classical crossover (mistura de gêneros pop com música clássica) atingiam outras gravadoras, que registravam boas vendas com a iniciativa. Era o caminho messiânico para a salvação das majors, todas amarguradas em

números? Infelizmente, o tempo mostrou que não. A onda erótica passou, e o desespero das gravadoras já havia criado todo tipo de aberração comercial; a BMG chegou a lançar um disco duplo, O único álbum clássico de que você precisará, que foi respondido pela Universal com seu fabuloso CD de clássicos "com todos os trechos chatos cortados".

Para Norman Lebrecht, enfant terrible da crítica britânica, tudo não passava de um conjunto de sintomas do quadro agonizante e irreversível da indústria. O excesso de produção, o barateamento dos custos, a oferta na internet e, principalmente, a falta de invenção das gravadoras teriam sido os fatores decisivos para o declínio do CD clássico. Em seu recente livro, com o curioso subtítulo A vida secreta e a morte vergonhosa da indústria da música clássica, Lebrecht narra de maneira divertida os bastidores da ascensão e queda desse universo industrial dos clássicos, que se tornou um capítulo importante da história da música ocidental. Além de crítico musical e apresentador do "lebrecht.live", da rádio BBC, Lebrecht é autor de onze livros sobre música (entre eles, O mito do maestro) e do romance The song of names. Nesta entrevista à CULT, fala sobre o futuro das relações entre a música de concerto e o grande público.



Divulgação

CULT - O fim da indústria fonográfica significa um retrocesso na popularização da música clássica?

Norman Lebrecht - É o fim do disco, do objeto físico: aquele novo álbum produzido por um selo comercial qualquer. A internet substituirá a força das grandes gravadoras e dará acesso, por exemplo, a apresentações ao vivo, gravadas diretamente das salas de concerto, o que é muito estimulante para a divulgação da música clássica como um todo. Mas acredito que aquela cultura comercial da gravação, nos moldes tradicionais, chegou realmente ao fim.

CULT - No livro, você critica novamente o mito em torno da figura do maestro, cujo paradigma seria Herbert von Karajan. O estereótipo afasta mesmo o público? Como explicar a popularidade das gravações de Karajan?

N.L. - O sanduíche do McDonald's também é popular. O fato de colocar um produto idêntico, padronizado, em cada cidade do mundo, garante sucesso comercial à empresa. Em escala menor, Karajan procurou fazer o mesmo com a indústria fonográfica, gravando segundo ideais comerciais, o que deu muito lucro no início. Depois, as orquestras passaram a ter sonoridades parecidas, as gravações tornaram-se monótonas, e as vendas despencaram. O problema é que essa padronização não significou qualidade artística.

CULT - O desenvolvimento da linguagem musical durante o século 20 provocou o divórcio entre a produção de vanguarda e a recepção do público. Há um consenso em torno da importância de Ligeti, Stockhausen e Boulez, mas poucos têm acesso à obra desses compositores. A indústria seria uma das responsáveis por essa distância entre público e vanguarda?

N.L. - A indústria fonográfica, nos tempos áureos, era um equilíbrio entre o comercial e o experimental. Dez Vivaldis pagavam um Stockhausen, por exemplo. Mas à medida que os selos clássicos foram sendo comprados pelas grandes empresas, as gravações de obras de alta relevância cultural, engajadas com a inovação artística, diminuíram drasticamente. Então sim, com o tempo, a indústria acabou se desinteressando pela vanguarda. Ligeti ainda não é muito conhecido, mas pelo menos o público tinha a chance de ouvir suas obras; a Sony chegou mesmo a gravá-las em algumas séries audaciosas, mas depois abandonou o projeto; a Warner continuou e também desistiu. Hoje existem no mercado mais de 400 gravações de As quatro estações, de Vivaldi, e pouca coisa de compositores contemporâneos.

CULT - A crítica especializada também é responsável por esse afastamento?

N.L. - Duas gerações atrás, sim. Os críticos nos anos 1950 e 1960 seguiam a linha do politicamente correto, definida por Darmstadt, segundo a qual não valia a pena ouvir música que não fosse atonal ou serial. Hoje, a música e a crítica tornaram-se mais diversos. Não existem mais tantos dogmas.

CULT - No Brasil, houve um discreto aumento de interesse pela música clássica, mas ainda muito associado ao culto de algumas celebridades. É uma aproximação adequada para esse tipo de música?

N.L. - A música sempre avançou pela combinação de uma grande obra executada por um grande intérprete. Hoje, o perigo é uma celebridade qualquer, não necessariamente um bom músico, chamar a atenção do público, roubando a cena dos verdadeiros artistas. Não vejo problema na popularização de artistas brilhantes como Nelson Freire, por exemplo. Mas o ponto importante é que, enquanto o disco clássico perde espaço, o interesse pelas apresentações ao vivo aumenta, o que é muito bom para a aproximação do grande público com a música clássica.

CULT - Você traz uma lista no livro com os melhores e os piores CDs clássicos. Qual o critério para estabelecer uma lista sempre discutível como essa?

N.L. - Fiz uma lista com as 100 melhores gravações do século, considerando, além de sua própria qualidade técnica, o quanto trouxeram para o desenvolvimento da gravação como produto da sociedade civilizada. As 20 piores são marcos de vaidade e imbecilidades, mostrando o quanto uma ambição não-musical pode transformar a música em caricatura.

Disponível em: <<http://revistacult.uol.com.br>>. Acesso em 14 ago. 2008