



Descontinuidades do *algo musical*: teoria estética e crítica jornalística

Pedro Henrique Martins¹

Categoria: Comunicação

"Nada é mais conscientizador que ouvir a música do nosso tempo", escreve João Marcos Coelho para o *Estadão* (COELHO, 2010), a propósito de um concerto na Sala São Paulo. No programa, obras de Ligeti, Grisey e Xenakis. Não muito distante no tempo, Robert Christgau escrevia à *New Yorker* sobre a "força histórica" do grupo norte-americano Nirvana, pouco compreendido pela musicologia tradicional, avalia (CHRISTGAU, 2001). Música do nosso tempo? Em outras palavras, estamos falando da mesma coisa, da mesma música? A resposta não é auto-evidente, e traz uma questão de fundo: a descontinuidade entre valores e sentidos imputados ao *algo musical*, termo que ora emprego para abranger variadas expressões que respondem, em algum lugar e para algum grupo, pela denominação "música". Proponho uma apreciação parcial desse quadro, comparando premissas da estética filosófica e da crítica musical. Parto de conceitos da obra de Theodor Adorno (ADORNO, 1986, 1996, 2002, 2008), cuja compreensão do *algo musical* tem como base um anseio de desmistificação do real, jogando luz sobre o que há de falso em nossa compreensão da realidade. Em suma, um gesto de conhecimento, medido não pela régua do gosto, mas por noções como necessidade e verdade. Por outro lado, o consumo é o horizonte da crítica jornalística, ela própria um agente da indústria que é matéria de seus escritos. A esse respeito, as resenhas de Christgau (CHRISTGAU, 2000, 1990, 1981) são definidoras do gênero. Seu *Guia do Consumidor* compreende prescrições de audição, já intrinsecamente provocativas por isso. Contudo, permanece, nas resenhas, uma racionalidade estética, convivendo de modo peculiar com uma escuta abertamente utilitarista e comportamental. Estaria Christgau negociando entre fruição e consumo, transpondo a dialética adorniana entre progresso e regressão para o interior da sociedade de mercado? Quais as implicações desse gesto? É o que procuro mostrar nesta apresentação.

Palavras-chave: Teoria estética. Indústria cultural. Adorno. Crítica musical. Crítica jornalística.

Discontinuities of the *musical something*: aesthetic theory and journalistic criticism

Abstract: "There is nothing more enlightening than listening to the music of our times", writes João Marcos Coelho to *Estadão* (COELHO, 2010) about a concert at Sala São Paulo. In the program, works by Ligeti, Grisey e Xenakis. Not so distant in time, Robert Christgau wrote to *The New Yorker* about the American group Nirvana as a "historical force" poorly grasped by conventional musicology, he evaluates (CHRISTGAU, 2001). Music of our times? In other words, are we talking about the same thing, the same music? The answer is not self-evident, raising a substantial issue: the discontinuity of values and meanings attributed to the *musical something*,

¹ Doutor em Música, UFMG, pedrodtmartins@gmail.com.



a concept used here to encompass the varied expressions corresponding, in any place, for any group of people, to the denomination “music”. I propose a localized appreciation of this scenario, comparing principles of philosophic aesthetics and music criticism. I start from concepts by Theodor Adorno (ADORNO, 1986, 1996, 2002, 2008), whose understanding of the musical something is linked to an impulse for the demystification of reality, casting some light on what is false about the way we relate to it. In summary, it is an act of knowledge, not measured by matters of taste, but by concepts like necessity and truth. On the other hand, consumption is the horizon of journalistic criticism, itself an agent of the same industry that stands as the topic of its writings. In this respect, the album reviews by Christgau have helped define the genre. His *Consumer Guide* (CHRISTGAU, 2000, 1990, 1981) comprises listening prescriptions, which makes them inherently provocative. Nonetheless, an aesthetic rationality endures in his writings, sharing space, in a peculiar way, with openly utilitarian and behavioral listening approaches. Is Christgau negotiating between fruition and consumption, transposing the Adornian dialectics of progress and regression to the interior of market society? What are the implications of this stance? This is what I attempt to show in this presentation.

Keywords: Aesthetic theory. Culture industry. Adorno. Music review. Journalistic critique.

Referências

ADORNO, Theodor. **Teoria estética**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 2008.

_____. **Filosofia da nova música**. Trad. Magda França. São Paulo: Perspectiva, 2002.

_____. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: **Textos escolhidos**. Trad. João Baraúna, João Marcos Coelho e Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Nova cultural, 1996. p. 65-108.

_____. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Theodor W. Adorno**. Trad. Flávio R. Kothe, Aldo Onesti e Amélia Cohn. São Paulo: Ática, 1986. p. 287-295.

CHRISTGAU, Robert. What Kurt Cobain did for rock and roll. Nova Iorque, **The New Yorker**, 12 de agosto de 2001.

_____. **Christgau's Consumer Guide**: albums of the 90's. Nova Iorque: St. Martin's Griffin, 2000.

_____. **Christgau's Record Guide**: the 80's. Nova Iorque: Pantheon Books, 1990.

_____. **Christgau's Record Guide**: rock albums of the seventies. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 1981.

COELHO, João Marcos. Música contemporânea, enfim, fora da toca. São Paulo, **O Estado de São Paulo**, 27 de julho de 2010.