



EccoS Revista Científica

ISSN: 1517-1949

eccos@uninove.br

Universidade Nove de Julho

Brasil

Zan, José Roberto

Música popular brasileira, indústria cultural e identidade

EccoS Revista Científica, vol. 3, núm. 1, junho, 2001, pp. 105-122

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71530108>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

MÚSICA POPULAR BRASILEIRA, INDÚSTRIA CULTURAL E IDENTIDADE

*José Roberto Zan**

RESUMO: Este texto contém uma abordagem panorâmica da formação da música popular brasileira relacionada com o desenvolvimento da indústria e do mercado fonográficos no país. Está presente neste trabalho uma proposta de periodização da história da nossa música popular com objetivo de contribuir para a compreensão das diferentes formas pelas quais os elementos simbólicos relacionados com a questão da identidade foram traduzidos e reproduzidos por essa manifestação cultural.

A música popular consolidou-se, ao longo do último século, como uma manifestação cultural intimamente ligada ao desenvolvimento da indústria do entretenimento. A partir da invenção do fonógrafo por Thomas Edison, em 1877, constituiu-se um importante ramo da indústria cultural – a indústria fonográfica – que passou a ter na música popular o seu principal produto. O grande desenvolvimento tecnológico que acompanhou a formação do que hoje se pode denominar de complexo cultural-fonográfico fez com que, gradativamente, as gravações sonoras fossem deixando de ser simplesmente registros precários de sons produzidos por instrumentistas e intérpretes cantores (fase dos registros mecânicos), para se transformar em material básico a ser manipulação posteriormente por especialistas que imprimem às músicas sonoridades resultantes do emprego de recursos tecnológicos cada vez mais sofisticados. Portanto, a música, e em especial a música popular, foi acompanhada, ao longo dos últimos cem anos, pela fixação de uma gama de estilos e linguagens dotados de elementos relacionados com os suportes técnicos da sua produção. Como afirma Frith, “a música popular do século XX significa o disco popular do século XX”. (1992: 50)

Desse modo, as pesquisas sobre música popular devem levar em conta as condições de produção fonográfica e sua relação com a indústria cultural. Mas a indústria cultural não deve ser definida como uma estrutura produtiva dissociada de

PALAVRAS-CHAVE: música popular; indústria cultural; indústria fonográfica; cultura de massa; identidade.

*Sociólogo e professor de Sociologia da Cultura e da Arte no Departamento de Música do Instituto de Artes da UNICAMP.

contextos histórico-sociais concretos, sob pena de cairmos em generalizações mitificadoras. Não se pretende, com isso, negar o conceito formulado pelos pensadores da Escola de Frankfurt que implica o reconhecimento de estruturas de produção cultural impregnadas de uma racionalidade técnica inerente às instituições de caráter empresarial/capitalista, que levam à integração vertical dos consumidores e à padronização tanto do produto como do gosto do público; um conceito que ainda permite a análise crítica dos processos culturais contemporâneos, principalmente do caráter ideológico dos bens simbólicos produzidos industrialmente e convertidos em mercadorias (ADORNO & HORKHEIMER, 1982). O que se propõe é compreender a indústria cultural não como uma estrutura fechada mas como um processo de produção e consumo de bens culturais cujos efeitos devem ser analisados como movimentos tendenciais impregnados de contradições e conflitos. Neste caso, o ato de consumo deixa de ser identificado como uma espécie de variável dependente da produção para ser reconhecido como prática marcada por certa imprevisibilidade. Pode-se falar num consumo 'produtivo', ou seja, uma ação caracterizada por certa 'astúcia' e, ao mesmo tempo, por uma "quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos" (CERTEAU, 1998: 94). Assim, a complexidade maior de todo o processo parece estar localizada na relação produção/consumo. Consumo que consiste ao mesmo tempo em ponto de chegada e ponto de partida de todo o processo de produção. (MARTÍN-BARBERO, 1983)

Essa perspectiva permite conduzir as investigações sobre a cultura produzida industrialmente e destinada ao grande público, sem cair numa visão mitificadora do conceito de cultura de massa, entendido falsamente tanto como expressão da democratização cultural como da decadência inelutável da cultura na modernidade. Permite redefinir esse conceito "não apenas como um conjunto de *objetos* culturais, senão também como um conjunto de modelos de comportamento operante". Mais que isso, como "fonte e reflexo de modelos reais de comportamento" (ROSITI, 1980: 37). O ponto de vista proposto abre a possibilidade de se trabalhar com a cultura popular industrializada, ou com a música popular industrializada em particular, como 'mediação social'. Uma noção de mediação bastante próxima da empregada por Adorno ao se referir à obra de arte, ou seja, a que reconhece o produto cultural como elemento no qual a sociedade se objetiva, isto é, o processo em que "momentos da estrutura social, posições, ideologias (...) conseguem se impor nas próprias obras de arte". (ADORNO, 1986: 114)

Com este texto, pretende-se, com base no referencial exposto acima, dar indicações de questões relativas a períodos determinados da formação da música popular brasileira, tendo como elemento articulador a constituição da indústria fonográfica e do mercado de discos no Brasil.

Do popular ao massivo na época dos registros mecânicos

O marco da indústria fonográfica e da formação da música popular industrializada no Brasil foram as primeiras gravações realizadas em cilindros por Frederico Figner, a partir de 1897, no Rio de Janeiro. Depois de ter passado alguns anos comercializando os fonógrafos de Thomas Edson e fonogramas importados, esse imigrante tchecoslovaco de origem judaica passou a contratar músicos populares como Cadete (Antônio da Costa Moreira), Baiano (Manuel Pedro dos Santos) e a banda do Corpo de Bombeiros, regida por Anacleto de Medeiros, para registrar em cilindros modinhas, lundus, valsas, polcas e outros gêneros musicais. Em março de 1900, Figner fundou a Casa Edison, destinada a comercializar fonógrafos, gramofones, cilindros, discos importados e fonogramas gravados por ele próprio (TINHORÃO, 1981 e FRANCESCHI, 1984). A partir de então, começou a formar-se um mercado de música gravada no país, por meio do qual era veiculada, por quase todo o território nacional, uma gama de gêneros populares urbanos que se constituíram, especialmente no Rio de Janeiro, em fins do século XIX e início do século XX. Dentre eles destacaram-se o samba, a marcha e o choro.

Aos poucos, esses gêneros foram se libertando dos seus espaços tradicionais e ritualísticos e se integrando a um novo circuito de produção e consumo por um processo definido por Krausche como “apropriação capitalista da canção” (1983: 11). Mesmo assim, especialmente o samba, que se fixara como gênero a partir dos redutos negros que se espalhavam pelos bairros pobres do Rio de Janeiro como Saúde, Cidade Nova e, posteriormente, pelos morros do Estácio, Mangueira e Favela, guardava forte identidade com suas matrizes étnicas. Presente nos catálogos das gravadoras desde 1911, esse gênero teve grande destaque no mercado alguns anos depois com o conhecido *Pelo telefone*, de Donga e Mauro Almeida, lançado pela Casa Edison em 1917. Tratava-se, de fato, de um partido-alto, criação coletiva

de um grupo de frequentadores da casa da baiana Hilária Batista de Almeida, a famosa Tia Ciata.

Por outro lado, com a expansão do mercado fonográfico, entram no país gravações de gêneros estrangeiros como *fox-trots*, *one-steps*, *ragtime*, *charleston*, entre outros, dando início à hibridação da música local com a estrangeira. (TINHORÃO, 1990)

A partir de 1904, passaram a predominar no Brasil as gravações em disco. Trata-se de um sistema desenvolvido pelo alemão, radicado nos Estados Unidos, Emile Berliner, que possibilitava a produção de matrizes para a tiragem de milhares de cópias. Os sons faziam vibrar uma agulha presa a um diafragma que feria a superfície de um disco de zinco coberto por uma substância gordurosa. Era o sistema mecânico de gravação. Desse disco, tirava-se um negativo de metal, um molde que permitia a reprodução das cópias (FRANCESCHI, 1984). A grande dificuldade encontrada por Berliner era impedir a distorção dos sons reproduzidos, uma vez que a velocidade da rotação tende a diminuir à medida que a agulha se desloca da periferia para o centro do disco. Ao mesmo tempo, era necessário garantir um período razoável de execução. As empresas fonográficas da época definiram velocidades variadas que oscilaram entre 70 e 82 rotações por minuto para discos de 7, 10 e 12 polegadas de diâmetro, o que permitia durações de execução entre 3 e 4 minutos e meio.

Verificam-se, nesse período, os primeiros ajustes técnicos da música popular às novas condições de produção. O tempo de duração das músicas gravadas fixou-se em torno de 3 minutos e converteu-se em elemento formal da canção. Certos tipos de instrumentos, ou formações instrumentais, eram escolhidos de acordo com a sua melhor adequação às condições técnicas de gravação. Até mesmo o desempenho vocal dos intérpretes deveria ter certos pré-requisitos para propiciar os melhores resultados possíveis das gravações no sistema mecânico.

A partir das suas relações com a indústria fonográfica nascente e com o público de música popular, o artista começava a adquirir certas habilidades para reconhecer as regras do mercado musical em formação e orientar suas práticas de artista. Talvez pudéssemos falar da configuração de uma espécie de *habitus*¹ do músico popular. Já nos primeiros anos do século XX, podia-se perceber entre músicos manifestações da consciência dos direitos autorais e conexos relativos à sua arte. A iniciativa do artista de circo, compositor e intérprete Eduardo das

¹O conceito de *habitus* é aqui empregado na acepção de Bourdieu, que o define como “sistema de *disposições* duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações” (1983: 60-61). Trata-se de um conceito destinado a reintroduzir a noção de ‘agente’ na análise sociológica que, para os teóricos objetivistas, não passa de ‘epifenômeno da estrutura’. Seu papel é atuar como elemento de mediação entre a sociedade e as práticas. Corresponde a ‘capacidades geradoras’ produzidas socialmente e interiorizadas pelos agentes por meio da experiência.

Neves, tomada por volta de 1902, de exigir da Casa Edson os seus direitos e a sua contratação foi um marco dessa tomada de consciência (TINHORÃO, 1981). Ao mesmo tempo, tornava-se comum a prática da apropriação da autoria alheia. É atribuída a Sinhô a frase emblemática: “Samba é que nem passarinho; é de quem pegar primeiro”.

Mas a interiorização, por parte do músico, das regras que regem a produção e o consumo de música popular vai se refletir até mesmo nos aspectos formais da canção. O compositor popular desenvolve habilidades para produzir canções com letras concisas, andamento dinâmico e melodias simples capazes de serem memorizados com facilidade pelo público ouvinte. Sinhô talvez tenha sido o que mais se destacou por tais habilidades. Com diz Tatit, “Sinhô chegou a um modelo de melodia simples e direto que caía no gosto do público com a eficácia de um *jingle*”. (1996: 34)

Todos esses aspectos eram sinais de que, já nas primeiras décadas do século XX, estavam em formação no Brasil uma cultura e uma música popular de massa.

Populismo, cultura de massa e música popular

Do início dos anos 30 até meados dos 50, os meios de comunicação ainda não apresentavam, no Brasil, um nível de desenvolvimento e de organização sistêmica que permitisse defini-los como indústria cultural. Sua capacidade integradora era bastante incipiente (ORTIZ, 1988). Ao mesmo tempo, em função da fraca industrialização e urbanização do país, caracterizada por um desenvolvimento ainda pequeno da economia de mercado, não se podia reconhecer a existência de uma sociedade de consumo, base social da cultura de massa (LIMA, 1982). Por essas razões, a cultura produzida industrialmente e veiculada pelos meios de comunicação, que começava a esboçar-se naqueles anos, diferenciava-se da existente nos países avançados tanto em organicidade e abrangência quanto em função. Os meios de comunicação de massa atuavam muito mais como elementos mediadores nas relações entre o Estado e as massas urbanas do que como estruturas geradoras de uma cultura massificada e integradora. Prevaleceu no Brasil, como em outros países latino-americanos, o que Martín-Barbero chamou de modelo populista de formação da cultura massiva. (1987: 178)

Em 1927, entrou no Brasil o sistema elétrico de registros sonoros. A gravação dos sulcos nas matrizes passou a se dar por meios eletrônicos, possibilitando o registro de sons e frequências que até então não se ouviam nos fonogramas. E os equipamentos de reprodução, as vitrolas, permitiam melhor qualidade das reproduções. Com essas novas condições de produção, os intérpretes desenvolveram novos outros estilos de canto popular, alguns deles distanciando-se do canto tradicional de traços operísticos dos intérpretes das décadas anteriores. Francisco Alves, Mários Reis, Aracy Cortes, Orlando Silva, entre outros, transformaram-se em ídolos do público. Ao mesmo tempo, as gravações passaram a contemplar novas formações instrumentais e até mesmo grandes orquestras, projetando os nomes de arranjadores como Pixinguinha e Radamés Gnatalli que criaram estilos próprios de orquestração.

Nesse mesmo período, o rádio se expandiu pelo país, transformando-se no principal meio de divulgação de música popular. Em poucos anos, as emissoras ampliaram suas instalações, construindo palcos e amplos auditórios para realizar programas musicais e receber o público cada vez mais numeroso. Tudo isso contribuiu para a ampliação do mercado fonográfico, tornando-o atraente para empresas estrangeiras. De 1933 até o final da Segunda Guerra, a produção fonográfica brasileira esteve, em sua quase totalidade, controlada por três grandes empresas: a Odeon, a RCA Victor e a Columbia.

Nesse contexto, o samba foi deixando seus redutos étnicos de origem, passando a circular pelos espaços frequentados pela classe média carioca. Compositores como Noel Rosa, Custódio Mesquita, Almirante, Ary Barroso e outros dessa geração, atuaram como verdadeiros mediadores culturais promovendo essa circulação. Por intermédio da indústria do disco e do rádio, esse gênero projeta-se no mercado nacional. “O samba na realidade / Não vem do morro nem da cidade (...) Nasce no coração”, dizia Noel em sua composição *Feitio de oração*. Segundo Krausche, nesses versos, o coração talvez signifique “um lugar que pode estar em qualquer peito humano na extensão do país”, metáfora do mercado nacional de música popular. (1983: 36)

Aos poucos, o samba foi perdendo sua rusticidade e passou por um processo de refinamento e intelectualização. Alvo de preconceitos de intelectuais e setores da classe média em décadas anteriores, foi se transformando, gradativamente, de ‘símbolo étnico’ em ‘símbolo nacional’ (VIANNA, 1995: 32). O discurso dominante

nacional-popular marcado pelas idéias de identidade cultural brasileira, brasilidade, nacionalidade etc., chega, por inúmeras mediações, ao mundo da música popular. O comentário de Ary Barroso sobre o momento em que compôs *Aquarela do Brasil*, exemplo maior do samba exaltação, é revelador: “fui sentindo toda a grandeza, o valor e a opulência da nossa terra”. É como se o compositor popular também atingisse o que Mário de Andrade definiu como o último estágio da formação do músico nacionalista; “a fase da *inconsciência nacional*” (CONTIER, 1985: 29).

Ao mesmo tempo, músicos, jornalistas e radialistas contribuíam para o estabelecimento de critérios de distinção entre a música de ‘boa’ e a de ‘má’ qualidade (fazer a “higiene poética do samba”, dizia Orestes Barbosa), e entre a música popular verdadeiramente brasileira e a que apresentava sinais de estrangeirismos.

Por outro lado, a malandragem, cantada pelo compositor popular, funcionava como um contra-discurso à ideologia dominante. “Tenho orgulho de ser tão vadio”, dizia Wilson Batista no samba *Lenço no pescoço*, gravado por Sílvio Caldas em 1933, momento em que já estavam em formação os elementos ideológicos de trabalhismo. Na tentativa de consolidar o suporte simbólico do Estado Novo, representado pela ideologia do trabalhismo, o Governo Vargas procurou estimular o discurso ufanista-nacionalista na música popular e, ao mesmo tempo, cooptar os compositores. Porém, tais medidas mostravam-se insuficientes, o que o levou a recorrer à prática da censura, especialmente após a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, para coibir o discurso malandro. (MOBY, 1994: 81)

Crise do modelo populista e intensificação dos conflitos simbólicos

De meados dos anos 50 até o final dos 60, situa-se um período marcado pela crise do modelo populista de formação da cultura de massa. Os auditórios das emissoras de rádio passavam, cada vez mais, a ser freqüentados pela população humilde dos subúrbios que buscava contatos mais próximos com os seus ídolos. Para garantir a audiência dos programas, os animadores recorriam a atrações circenses, concursos, sorteios de brindes etc. O comportamento do público dividia-se

entre aplausos, gritarias e vaias de fãs, estimulados pelo clima de rivalidade entre artistas, fomentado pelos próprios agentes do rádio. Para Lenharo, tratava-se da “carnavalização do cotidiano”, processo inerente à configuração que ganhava a cultura massiva no Brasil, que se encontrava “tomada do riso festivo e carnavalesco que transpira na chanchada, na revista e também em certas faixas do rádio, reproduzindo e realimentando o que procedia da própria sociedade” (1995: 143). Segundo Goldfeder, determinadas emissoras, especialmente a Rádio Nacional, viam-se perante um dilema: “agradar as massas e controlá-las concomitantemente, sem perder a capacidade de penetração e legitimidade”. (1980: 178)

A popularização/massificação das programações de rádio provocava reações ‘elitistas’ principalmente de uma classe média ascendente no pós-guerra. Alguns meios de massa adotavam procedimentos de controle que iam desde o estabelecimento de distinções entre o bom e o mau comportamento do público, passando pelos rótulos pejorativos atribuídos aos freqüentadores das emissoras – como o de ‘macacas de auditório’ – até as mais drásticas: separação do palco da platéia por paredes de vidro, reforço do policiamento e cobrança de ingressos, tudo na tentativa de selecionar o público (TINHORÃO, 1981). A alternativa para a classe média chegou em 1950, quando foi criado o primeiro canal de televisão no Brasil. O novo meio, acessível num primeiro momento às camadas mais abastadas da sociedade, passou a veicular programações consideradas de ‘bom gosto’ e intelectualizadas.

Nesse contexto, aprofundou-se a segmentação do mercado fonográfico brasileiro. Seguindo a tendência de massificação do rádio, surgiu uma linha mais popular e massiva de fonogramas contendo gêneros como o bolero, a guarânia, o tango, a música sertaneja, o baião e as marchinhas carnavalescas. Destacaram-se nesse segmento intérpretes como Emilinha Borba, Marlene, Dalva de Oliveira, Anísio Silva, Nelson Gonçalves, Ângela Maria, Cauby Peixoto, Luiz Gonzaga, as duplas Jararaca e Ratinho, Cascatinha e Inhana.

Em 1946, a gravação do samba-canção *Copacabana*, de João de Barro e Alberto Ribeiro, por Dick Farney, iniciou uma outra linha de repertório bem ao gosto de uma nova boemia intelectualizada que freqüentava bares e casas noturnas da zona sul do Rio de Janeiro. Intérpretes e compositores como Tito Madi, Nora Ney, Antônio Maria, Lúcio Alves, Dóris Monteiro e Johnny Alf estavam ligados a esse segmento que culminou na Bossa Nova. Caracterizada pela sintetização de elementos musicais do *jazz*, da música erudita e da música popular brasileira

urbana das décadas anteriores, a Bossa Nova traduziu, de uma certa forma, as expectativas de um Brasil moderno alimentadas por uma parte da classe média brasileira durante a vigência da política desenvolvimentista do Governo JK. É provável que a confiança que a política econômica da época despertava nessa classe e a aura democrática do governo JK – que procurava se diferenciar do populismo de massa do período de Vargas – guardassem alguma relação com a ‘leveza’ ou com a ‘suavidade’ que caracterizavam o estilo bossanovista. (SANT’ANNA, 1986)

Na segunda metade dos anos 50, o *rock and roll*, uma das expressões mais importantes da cultura de massa norte-americana, entrou no Brasil, com a marca da rebeldia juvenil. Coube à cantora Nora Ney gravar, em 1955, pela Continental, *Rock Around the Clock*, de Bill Haley. Dois anos depois, foi gravado o primeiro rock composto por um brasileiro. Trata-se do *Rock and Roll em Copacabana*, de Miguel Gustavo, cantado por Cauby Peixoto e lançado pela RCA. Nos anos seguintes, surgiu a primeira geração de cantores de rock no Brasil, com destaque para os irmãos Tony e Celly Campelo, Demétrius, Sérgio Murilo, Ronnie Cord e Carlos Gonzaga, que deixaram um amplo repertório composto principalmente de versões de sucessos internacionais.

No início dos anos 60, o país passou pela radicalização do processo político associada à crise do populismo que culminou no golpe de 64. O projeto nacional popular foi redefinido pela ideologia nacional-desenvolvimentista do Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB) e pela política cultural do Centro Popular de Cultura (CPC) da UNE. Idéias como as de povo, nação, libertação e identidade nacional, concebidas em momentos anteriores da história brasileira, foram ressignificadas a partir de referências das esquerdas e marcadas por conotações ‘romântico-revolucionárias’. Buscavam-se no passado as raízes populares nacionais que constituiriam as bases para a construção do futuro a partir de uma “revolução nacional modernizante que, no limite, poderia romper as fronteiras do capitalismo” (RIDENTI, 2000: 51). Tais idéias orientaram tanto a prática política quanto a produção cultural e artística de setores intelectuais de esquerda com forte inserção no meio universitário. A música popular traduziu, de uma certa forma, esse ideário. A partir de 1962, compositores e intérpretes ligados à Bossa Nova como Carlos Lyra, Sérgio Ricardo, Nara Leão, Geraldo Vandré, Paulo Sérgio Valle e Marcos Valle optaram por um repertório marcado pelo engajamento (canção de protesto), voltado principalmente para um público universitário. O lirismo da Bossa Nova cedia espaço para o estilo épico das canções de protesto. Essa tendência

da música popular, que ocorria em conjunto com outras manifestações artísticas da época, expressava não apenas a politização que atingia amplos setores da vida social brasileira, mas também uma certa articulação entre as esferas da cultura e da política associada, até certo ponto, ao caráter ainda incipiente da indústria cultural no país. Vivia-se no Brasil uma experiência definida por Walnice Galvão como o “ensaio geral de socialização da cultura”. (1994: 186)

Em meados dos 60, o rock transformou-se no *iê-iê-iê* da Jovem Guarda. Concebido pela empresa de publicidade Magaldi, Maia & Prospero, o programa musical Jovem Guarda, que foi ao ar pela primeira vez em setembro de 1965, pela TV-Record, representou o maior empreendimento de marketing, relacionado à música popular, já registrado no Brasil. Animado pelo cantor e compositor Roberto Carlos, acompanhado por seus amigos Erasmo Carlos e Wanderléia, o programa permaneceu em cartaz até 1969. De um modo geral, os músicos ligados a essa tendência eram de origem interiorana e suburbana, e estavam distantes da politização do ambiente universitário. Voltado para um público juvenil, o repertório desse segmento era caracterizado por roques e baladas com letras ingênuas, românticas e, às vezes, com elementos de humor e rebeldia adolescentes.

A TV se transformou, nesses anos, num importante meio de divulgação de música popular. Além de inúmeros programas musicais de grande sucesso como O Fino da Bossa, Bossaudade e Jovem Guarda da TV-Record, e Spot-Light-BO 65, da TV Tupi, iniciou-se, a partir de 1965, o ciclo dos festivais de MPB em vários canais de televisão. Esses certames funcionaram, durante alguns anos, como vitrines de divulgação de música popular. A relação com esse novo meio levou os artistas a desenvolverem novas habilidades interpretativas. Enquanto na época do rádio os artistas valorizavam principalmente o desempenho vocal, com a TV tornava-se necessária a preocupação com a performance gestual ou cênico-expressivo.

Na segunda metade da década, os conflitos se intensificaram no campo da música popular. Artistas e público ligados à MPB criticavam a Jovem Guarda não só pelo seu não comprometimento com questões políticas mas por identificá-la como elemento do imperialismo cultural norte-americano. Em contrapartida, os artistas do *iê-iê-iê* diziam-se mais identificados com o povo brasileiro uma vez que apresentavam maiores índices de vendagem de discos e de audiência através dos meios. Palavras de ordem específicas do campo político daquela época, como Frente Ampla e Frente Única, eram reproduzidas pelos artistas da MPB no combate aos

roqueiros da Jovem Guarda.

No festival de 1967, Caetano Veloso e Gilberto Gil, compositores identificados com a MPB, transgrediram essa polarização ideológica. Em suas apresentações, incorporaram elementos estéticos do rock/pop, recebendo aplausos e vaias do público. Iniciava-se o Tropicalismo, que, caracterizado por um repertório que incorporava elementos da antropofagia oswaldiana, trabalhava poeticamente a desigualdade e a superposição de tempos históricos inerentes à realidade brasileira, buscava linguagens experimentais a partir do contexto urbano-industrial e explorava o potencial crítico da paródia e do *ready-made* (RISÉRIO, 1982). Ao olhar para o passado da nossa música popular, o Tropicalismo realiza uma espécie de auto-crítica da MPB. Mas ao mesmo tempo em que fazia críticas aos elementos do nacional-popular presentes nas canções de protesto de tradição cepecista, não rompia com o nacionalismo. As preocupações com construção de uma nação moderna estavam na base do repertório tropicalista (RIDENTI, 2000). Desse modo, esse movimento, que assumiu características de vanguarda, situa-se na direção da intelectualização da música popular brasileira. (FAVARETTO, 1979)

A incursão tropicalista coincidiu com a radicalização tanto dos conflitos culturais quanto do processo político no Brasil, o que culminou com o AI-5 em dezembro de 1968 e o recrudescimento da ditadura militar.

Música popular, ditadura e a consolidação do mercado de bens simbólicos

A fase que se estendeu de 1969 até meados dos 80 foi marcada pela consolidação da indústria cultural e a constituição de um mercado de bens simbólicos no país, processos impulsionados pela política de modernização conservadora da economia brasileira (ORTIZ, 1988), que acabou por transformar a “promessa de socialização em massificação da cultura” (RIDENTI, 2000: 13). Cresceram, nesse período, os investimentos estrangeiros na indústria fonográfica, ao mesmo tempo em que se registrou forte expansão do mercado de fonogramas (MORELLI, 1991). Houve o reaparelhamento desse setor com maior especialização das funções e aprofundamento da divisão de trabalho no interior da indústria do disco. Foi uma

época marcada pela consolidação dos departamentos de marketing nas gravadoras e pela implantação dos grandes estúdios. Em 1972, por iniciativa do grupo econômico que mantém os jornais *O Estado de S. Paulo*, *Jornal da Tarde* e a Rádio Eldorado, foi construído o Estúdio Eldorado, em São Paulo, na época o único estúdio de 16 canais do Brasil e o mais moderno da América Latina. Nos anos seguintes, gravadoras de grande porte montaram estúdios com padrões semelhantes. Com isso, reduziu-se a defasagem tecnológica entre a produção fonográfica brasileira e a dos países desenvolvidos. Os sinais de intensificação da mundialização da cultura tornavam-se mais evidentes (ORTIZ, 1994). Paralelamente, aprofundou-se a segmentação do mercado fonográfico.

A MPB consolidou-se como segmento legítimo e hegemônico no mercado. Ligada a uma tradição de engajamento vinda da década anterior, manteve a aura de segmento crítico e intelectualizado no contexto da ditadura militar. Os compositores Chico Buarque, Gonzaguinha, João Bosco, Aldir Blanc e Milton Nascimento produziram um amplo repertório em que se podem identificar traços do 'romantismo revolucionário', por exemplo, o reconhecimento do povo como elemento de resistência ao regime ditatorial. Muitos dos seus compositores foram alvos da censura que se tornou mais intensa após a decretação do AI-5; dessa vez, diferentemente do período de ditadura varguista, apoiada não pela ideologia do trabalhismo, mas na Doutrina de Segurança Nacional. Calcula-se que ao longo de dez anos foram vetadas pela censura mais de mil canções. (MAKLOUF, 1984)

Concomitantemente, começava a esboçar-se, nos anos 70, uma nova tendência do rock mais próxima da face pop do Tropicalismo do que da Jovem Guarda. Inicialmente, grupos como os Mutantes, Secos & Molhados, Terço, 14 Bis e compositores e intérpretes (a exemplo de Raul Seixas, Rita Lee e Ney Matogrosso) produziram um repertório bastante diversificado e difícil de ser reconhecido como uma tendência. De fato, foi nos anos 80 que esse segmento adquiriu características mais definidas. As bandas Blitz, Paralamas do Sucesso, Barão Vermelho e Legião Urbana estão entre as que mais se destacaram nesse movimento que ficou conhecido como 'Rock Brasil' ou 'BRock'. A produção dessa nova geração de roqueiros traduzia uma certa irreverência e rebeldia juvenis no momento marcado pelo fim da ditadura militar e pela mobilização nacional em torno da bandeira das eleições diretas (DAPIEVE, 1995). Mais que isso, refletia a consolidação da cultura de massa no Brasil, associada à intensa urbanização, à formação de uma sociedade

de consumo, à expansão da indústria cultural e à inserção do país no processo de mundialização da cultura.

Por fim, voltado para as faixas mais populares de consumo, formou-se um segmento identificado como brega que abrigava remanescentes da Jovem Guarda – Jerry Adriani, Antônio Marcos, Wanderley Cardoso e o próprio Roberto Carlos, ao lado de Odair José, Reginaldo Rossi, Luiz Ayrão e muitos outros. Reforçavam essa linhagem as duplas sertanejas Léo Canhoto e Robertinho, Milionário e Zé Rico, Ringo Black e Kid Holliday, que começam a se modernizar, introduzindo instrumentos eletrônicos nos arranjos e incorporando influências de gêneros como a rancheira mexicana, a guarânia e o bolero. De um modo geral, esses artistas apresentavam um repertório com o predomínio de canções românticas e de traços melodramáticos.

Se nos anos 60 ocorria uma certa intersecção entre as esferas política e cultural, fazendo com que as diversas manifestações artísticas da época traduzissem as construções simbólicas que orientavam as ações de grupos e organizações políticas de esquerda, nas décadas seguintes aprofundava-se a autonomização do campo cultural. De uma certa forma, isso pode ser um fator da tendência de despolitização da música popular que começava a manifestar-se a partir dos anos 70, associada, certamente, não apenas à autonomização da esfera cultural, mas também ao clima de repressão criado pelo regime ditatorial.

A diversidade contemporânea ou a invasão do popular de massa

O período que corresponde aos anos 80 e 90 foi marcado pelo advento de novas tecnologias na área fonográfica que levaram ao barateamento do processo de produção. Os custos para a montagem de pequenos estúdios, em condições de realizar gravações de qualidade, tornaram-se mais acessíveis. Conseqüentemente, multiplicaram-se pequenas gravadoras (*Indies*), selos e artistas independentes. A indústria fonográfica sofreu uma reestruturação. As grandes gravadoras (*majors*) passaram a terceirizar serviços, convertendo-se, geralmente, em escritórios executivos. Simultaneamente, reforçaram o controle sobre a divulgação e a distribuição de fonogramas para garantirem o monopólio do mercado. Nesse contexto,

as experiências com lançamentos de novos gêneros e novos artistas passam a ser feitas, em geral, por pequenas gravadoras e selos independentes. E uma grande gravadora somente demonstra interesse em contratar um artista quando este der demonstrações de que foi capaz de conquistar um determinado público e de que tem condições de expandi-lo. Pode-se dizer que, ao mesmo tempo em que controlam a divulgação e a distribuição, as grandes gravadoras terceirizam os riscos de investimentos em novidades. (VICENTE, 1996 e DIAS, 2000)

Nas duas últimas décadas, fortaleceu-se a inserção do país nos fluxos culturais mundializados, o que se refletiu no surgimento de novos segmentos do mercado fonográfico. É o caso do estilo neo-sertanejo ou sertanejo romântico, que começou a conquistar espaços no grande mercado a partir de meados dos anos 80. Mesclando elementos da música sertaneja tradicional, das baladas da Jovem Guarda e da *country music*, as novas duplas de intérpretes deram a esse repertório um toque de modernidade e juventude. Pode-se dizer que essa produção expressa a modernização do campo brasileiro e a correspondente conversão do caipira em *country* (ALEM, 1996). No fim dos anos 80 e início dos 90, duplas como Chitãozinho e Chororó, Leandro e Leonardo, Zezé di Camargo e Luciano, juntamente com os intérpretes Roberta Miranda e Sérgio Reis lideraram a vendagem de discos no país e passaram a ser objetos de disputas pelas firmas estrangeiras como Polygram, Sony Music, Warner e BMG-Ariola. De certo modo, suas canções transformaram-se numa espécie de trilha sonora da era Collor, sustentando o mercado de discos numa época marcada pela crise no setor fonográfico. (ZAN, 1995)

Em meados da década de 90, o segmento sertanejo começou a dar sinais de esgotamento, surgindo no mercado uma nova modalidade de samba, identificada como 'pagode' ou 'neo-pagode', que incorpora elementos das baladas românticas da Jovem Guarda, do sertanejo romântico e até mesmo da música negra norte-americana. Vários grupos ligados a esse segmento são originários da periferia de São Paulo e foram produzidos, inicialmente, por pequenas gravadoras e selos independentes como JWC, TNT, Kaskatas, Zimbabwe, Chic Show, entre outros. Com o sucesso, foram contratados pelas grandes firmas internacionais. A preocupação com a afirmação da identidade negra manifesta-se nas denominações dos grupos (Raça Negra, Negritude Jr.) e nas referências musicais. Procurando combinar o som das gafeiras com a *black music*, apontam como fontes inspiradoras da sua produção Tim Maia, Jorge Ben Jor, Stevie Wonder, o *funk* do grupo Earth, Wind

and Fire, o *reggae* e os afoxés baianos.

Os grupos de pagode se multiplicaram na segunda metade dos anos 90 e dominaram as paradas de sucesso. No mesmo período, a música baiana, divulgada sob o rótulo de *Axé Music*, projetou-se no mercado nacional após ter sido produzida para o mercado local (Salvador), pelas gravadoras domésticas. Como o Neo-pagode, manteve posição de liderança nas paradas no mesmo período, quando chegou a dividir mercado com novas tendências como o *Manguebeat* e o *Rap*.

É interessante notar que essas tendências articulam, de um modo geral, elementos culturais locais e globais. O Sertanejo mistura aspectos da música caipira, do brega e do pop internacional; o Neo-pagode, aspectos da roda de samba e do fundo de quintal com o pop; o Axé mescla o samba baiano com o *reggae*; o Manguebeat articula elementos dos gêneros populares pernambucanos com a música pop. Apenas o Rap parece fazer o caminho inverso ao reproduzir o estilo característico dos jovens negros e latinos dos bairros pobres das grandes cidades norte-americanas, incorporando temáticas ligadas ao duro cotidiano das periferias das metrópoles brasileiras. Com exceção dos compositores de Rap, os demais recorrem ao discurso da autenticidade da cultura popular brasileira para legitimarem seus estilos. No entanto, as idéias de cultura brasileira e de identidade cultural aparecem fragmentadas por causa de recortes regionais e de classe. Mesmo assim, são utilizadas como elementos legitimadores de segmentos do mercado fonográfico.

É provável que isso se deva à inserção do país num contexto marcado pela globalização econômica e pela mundialização da cultura. Sobre essa questão diz Hall: “quanto mais a vida social torna-se mediada pelo marketing global de estilos, lugares e imagens, pelos trânsitos internacionais, por imagens de mídia e sistemas de comunicações em redes globais, mais as identidades tornam-se descartáveis – desconectadas – de tempos, lugares, histórias e traduções específicas, parecendo estar à deriva” (1995: 57). Ao mesmo tempo, esses elementos são redefinidos a partir de contextos e experiências específicos em que os agentes sociais não só buscam a tradição para recuperar suas identidades mais autênticas, mas também recorrem à tradução de elementos simbólicos virtuais, transitando, a um só tempo, por tradições culturais diversas. (op. cit.: 71)

ABSTRACT: This text shows an overview approach of Brazilian popular music raise, connected with the development of the phonograph industry and its market in Brazil. It includes a tentative periodical division of Brazilian popular music history,

KEY WORDS: popular music; cultural industry; phonograph industry; mass-culture; identity.

in order to enlarge the understanding of how different ways symbolic elements related to the issue of identity were translated and reproduced by that cultural expression.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, THEODOR W. TÊSES SOBRE SOCIOLOGIA DA ARTE. IN: COHN, GABRIEL (ORG.). *Theodor W. Adorno: sociologia*. São Paulo: Ática, 1986.
- ADORNO, THEODOR W. & HORKHEIMER, MAX. A indústria cultural. Iluminismo como mistificação das massas. In: Lima, Luiz Costa (org.). *Teoria da cultura de massas*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- Alem, João Marcos. *Caipira e country: a nova ruralidade brasileira*. São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 1996. Tese de doutorado.
- Bourdieu, Pierre. Esboço de uma teoria da prática. In: Ortiz, Renato (org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- Cabral, Sérgio. *No tempo de Almirante: uma história do rádio e da MPB*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.
- Certeau, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- Contier, Arnaldo. *Música e ideologia no Brasil*. 2. ed. São Paulo: Novas Metas, 1985.
- Dapieve, Arthur. *Brock: o rock brasileiro dos anos 80*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- Favaretto, Celso. *Tropicália: alegria, alegoria*. São Paulo: Kairós, 1979.
- Franceschi, Humberto M. *Registros sonoros por meios mecânicos no Brasil*. Rio de Janeiro: Studio HMF, 1984.
- Friith, Simon. The industrialization of popular music. In: Lull, James (org.). *Popular music and communication*. 2nd ed. California: Sage Publications, 1992.
- Galvão, Walnice Nogueira. Nas asas de 1968: rumos, rimos e rimas. In: Garcia, Marco Aurélio & Vieira, Maria Alice (orgs.). *Rebeldes e contestadores – 1968: Brasil, França, Alemanha*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 1999.
- Goldfeder, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

- HALL, STUART. A QUESTÃO DA IDENTIDADE CULTURAL. *Textos Didáticos*, Campinas/São Paulo: IFCH/Unicamp, 1995.
- Krausche, Valter. *Música popular brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- Lenharo, Alcir. *Cantores do rádio: a trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1995.
- Lima, Luiz Costa (org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- Maklouf, Luís. A guerra da censura. In: ___. *Retratos do Brasil: da monarquia ao estado militar*. São Paulo: Editora Três/Política Editora, 1984. v. I-II.
- Martín-Barbero, J. Memória narrativa e Indústria cultural. *Comunicación y Cultura*, México, n. 10, ago. 1993.
- _____. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. Barcelona: Gustavo Gilli, 1987.
- Moby, Alberto. *Sinal fechado: a música popular brasileira sob censura*. Rio de Janeiro: Obra Aberta, 1994.
- Morelli, Rita. *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas, Ed. da Unicamp, 1991.
- Ortiz, Renato. *Moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- _____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- Ridenti, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, CPC à era da TV*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- Risério, Antônio. (org.). *Gilberto Gil: Expresso 222*. São Paulo: Corrupio, 1982.
- Rositi, Franco. *Historia y teoria de la cultura de massas*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1980.
- Sant'Anna, Affonso Romano de. *Música popular e moderna poesia brasileira*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- Tatit, Luiz. *O cancionista: composições de canções no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1996.
- Tinhorão, José Ramos. *Música popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981.
- _____. *História social da música popular brasileira*. Lisboa: Caminho, 1990.
- VIANNA, HERMANO. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor/Ed.

UFRJ, 1995.

Vicente, Eduardo. *A música popular e as novas tecnologias de produção musical*.
Campinas, IFCH daUnicamp, 1996. Dissertação de mestrado.

Zan, José Roberto. Da roça a Nashville. *Rua – Revista do Núcleo de Desenvolvimento
da Criatividade*, Campinas: Unicamp, n. 1, mar. 1995.

E
C
C
O
S

R
E
V.

C
I
E
N
T.

n. 1
v. 3

jun.
2001

122