

## **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira.**

Edison DELMIRO Silva  
(UNISANTA)

### **Resumo**

Este paper tem por objetivo relacionar os principais fatos que marcaram o surgimento e o desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira em ordem cronológica, mostrando que desde as suas origens mais remotas ela tem refletido a introdução contínua de meios de produção e distribuição de música gravada nos moldes do mercado norte-americano, de onde herdou não somente as inovações tecnológicas que fomentaram o aparecimento de um mercado nacional, mas também os procedimentos típicos que levaram à regulamentação deste setor. Contemporâneo do lançamento de diversos títulos que se somam à bibliografia sobre o tema e demonstram a atualidade de sua discussão, este paper resulta da revisão de literatura que seu autor empreendeu para a sua dissertação de mestrado sobre a Internacionalização da Indústria Fonográfica Brasileira.

### **Palavras -chaves**

*Disco, Indústria fonográfica, Mercado fonográfico.*

A indústria fonográfica brasileira é constituída por uma rede de produção e distribuição de um dos principais produtos de consumo da indústria cultural: a música gravada. O seu consumo gera um mercado que hoje é o sexto maior do mundo. Apesar do desempenho comprometido por uma constante crise econômica, a indústria brasileira de discos faturou US\$ 1,199 bilhão em 1997, US\$ 1,055 bilhão em 1998, e US\$ 429 milhões em 1999.

Além das companhias gravadoras (*majors* e independentes), que protagonizam este cenário, encarregadas da produção e venda de gravações em seus vários formatos. O mercado fonográfico, em última análise, compreende também a atuação da imprensa especializada, dos fabricantes e distribuidores de equipamentos, como instrumentos musicais, aparelhos de gravação e tecnologia de reprodução; dos contratos de comercialização, *royalties* e direitos autorais, além dos empresários particulares e os chamados "agenciadores de licenciamento".

### **As Origens**

Dois anos após ter sido criado por Thomas Alva Edison, em seu laboratório de Menlo Park, em New Jersey, o aparelho denominado fonógrafo foi demonstrado pela primeira vez no

Brasil – mais precisamente em Porto Alegre – em 1879. No entanto, passaria uma década antes que D. Pedro II, conhecido entusiasta dos adventos tecnológicos, com a invenção que deu início à industrialização da música, até então uma arte reconhecida exclusivamente como bem cultural. No dia 9 de novembro de 1889, o imperador, acompanhado de sua filha, Princesa Isabel, e de seu genro, o Conde D’Eu, assistem a uma sessão de gravação. Naquele mesmo ano, o filho caçula da princesa torna-se o primeiro cidadão brasileiro a ter a sua voz gravada, cantando.

No tocante à predileção popular por certos gêneros musicais na primeira década do século XX, pode-se observar basicamente a repetição das características predominantes no final do século XIX.

“São os mesmos gêneros – valsa, modinha, cançoneta, chótis, polca –, as mesmas maneiras de cantar e tocar, as mesmas formações instrumentais, a mesma predileção pela música de piano. Também continua a predominar a influência musical européia, principalmente a francesa.” (Severiano e Mello, 1997, p.17)

Só para se ter uma dimensão do grau de desenvolvimento previsto já na virada do século, basta lembrar que os Estados Unidos, que se tornaria décadas depois o principal exportador de música do mundo, já tinha uma lei de Direitos Autorais, que, por este período, estava expandindo-se também para o ramo das apresentações ao vivo.

Vindo dos Estados Unidos, o tcheco Frederico Figner desembarcou em Belém, no Pará, em 1891, ano em que inicia uma verdadeira peregrinação pelo território brasileiro, realizando pequenas apresentações do fonógrafo em feiras e festas populares. Após cerca de um ano percorrendo os Estados do Amazonas, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Bahia e Minas Gerais, Frederico Figner vai para o Rio de Janeiro. Devido ao seu talento de “propagandista”, logo associou seu nome à difusão da última novidade no campo do entretenimento e, em 1894, Manuel Ponte exibiu nas dependências do Hotel Siglo, em Porto Alegre, um fonógrafo que já era chamado de *máquina Figner*.

### **O advento do disco**

À medida em que o equipamento ia se tornando mais barato, Frederico Figner passou a vender os fonógrafos a cinco, seis e dez mil réis, além de “fonogramas originais”

importados. Em 1897, sua loja estava situada na rua do Ouvidor, número 105 (depois se mudaria para o número 135) e já oferecia o serviço de gravação de cilindros. O disco só surgiria em 1902, quando é gravada a modinha “Isto é Bom”, de Baiano, intérprete bem popular e eclético que tinha em seu repertório desde canções alegres às modinhas mais melancólicas. No dia 2 de agosto, a Casa Edison – empresa de Figner – lançava o primeiro suplemento de discos gravados no Brasil.

O pioneirismo da Casa Edison pode ser visto como a fundação do incipiente mercado fonográfico brasileiro, tendo sido a primeira loja de discos do país, ao mesmo tempo em que também atuava no ramo das gravações. Este seu suplemento de estréia destacam-se as gravações da Banda do Corpo de Bombeiros do Rio de Janeiro, formada por Anacleto de Meeiros, e que mais tarde seria chamada também de Banda da Casa Edison.

“O registro sonoro mecânico acontecia a partir de um cone de metal que tinha em sua extremidade um diafragma. Este comandava a agulha que cavava os sulcos na cera. Portanto, era necessário potência sonora para se Ter certeza de que houve a gravação do som. E já que iria ser uma banda, que fosse a melhor do Rio de Janeiro.” (Cazes, 1999, p.41)

Foi em 1904, que os brasileiros conheceram a invenção que nos remete ao toca-discos como o conheceríamos mais tarde; o gramofone com discos de cera e som reproduzido pela ação de agulha metálica ligada a um diafragma de mica, foi criado pelo germano-americano Émile Berliner. Neste mesmo ano, Figner adquiriu a patente Zon-O-Phone (número 3.465 da International Zonophone Company), garantindo ao Brasil o direito de fabricação de chapas prensadas dos dois lados, e anunciou a novidade dos fonogramas em “celulóide inquebrável” – o disco eliminaria o cilindro do mercado em pouco mais de dois anos.

Já em 1908, a Sociedade Phonographica Brasileira anunciava “gramophones” de diversos preços ao alcance de pobres e ricos, o que impulsionou a venda de música gravada. Dois anos depois, já se notava publicidade – como a da loja A Nova Figura Risonha, na rua do Ouvidor, número 58 – anunciando à venda “discos portugueses, espanhóis e celebridades”. Relatos históricos informam que Frederico Figner teria vendido 840 mil discos no ano de 1911.

Após ter se associado à Odeon alemã, Figner funda a Fábrica Odeon, localizada no Bairro da Tijuca, em 1913, a primeira a prensar discos no Brasil.

“Enquanto esse equipamento não ficou ultrapassado, e os próprios concorrentes estrangeiros competiram no mercado brasileiro com discos fabricados segundo processos igualmente rudimentares, a Casa Edison (...) dominou o mercado com amparo na excelente rede de distribuição que havia montado nos principais cidades brasileiras. Quando porém, a partir de 1924, nos Estados Unidos, os engenheiros da Victor Talking Machine partiram para nova etapa no campo das gravações e reprodução de sons, criando em primeiro lugar as vitrolas ortofônicas, e mais tarde as chamadas eletrolas, “acionadas eletricamente”, a iniciativa brasileira perdeu impulso, e o próprio Frederico Figner ia ser reduzido em pouco tempo à condição de mero comerciante de discos, máquinas de escritório e artigos musicais.” (Tinhorão, 1978, p.29)

Para se ter uma idéia do grau de desenvolvimento do mercado fonográfico internacional nesta época, vale saber que, nos EUA, a empresa Victor declarava um lucro anual de US\$ 13.940.203. E no ano seguinte foi de US\$ 21.682.055.

A regulamentação do mercado brasileiro ganha reforço em 1917, com a fundação da Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (SBAT), que recolhia tanto o chamado “grande direito autoral”, referentes às peças teatrais, quanto o “pequeno direito autoral” relacionado às composições musicais.

Por volta de 1919, a Victor liderava este setor da indústria norte-americana com lucros atingindo a cifra de US\$ 37 milhões, em um mercado fonográfico que totalizava o valor de US\$ 159 milhões. Sua expansão em território brasileiro efetivou-se em 1926, quando a então chamada Victor Talking Machine Corporation, sediada em Camden, Nova Jersey/EUA, aluga o Teatro Phoenix para lançar, no Rio de Janeiro, seu novo advento: a Victrola Ortofônica Auditorium.

Um ano depois, com a supremacia das gravações e dos discos obtidos com o emprego de sistema elétrico, começam a desaparecer velhas marcas nacionais, e as patentes Odeon, que já não se mostravam mais úteis ao pioneiro Frederico Figner, permitem que a própria matriz europeia se estabeleça no Brasil, para concorrer a partir da década de 30 com a Victor e a Columbia, já estabelecidas no Brasil.

“As gravações elétricas e a evolução do rádio, aliadas a outras novidades, mudaram a música popular brasileira, apesar da demora de alguns meses da gravadora Odeon para perceber que o fim do processo mecânico de

gravação atingia também o modo de cantar a nossa música. O novo processo teve início em julho de 1927 e somente em agosto de 1928 a Odeon lançou o primeiro disco de Mário Reis (1907-1981), o cantor que seria símbolo do novo jeito de interpretar o samba e outros gêneros musicais brasileiros. (...) Era algo muito novo para um público que se acostumara a ouvir a nossa música geralmente mais gritada do que propriamente cantada. Agora, dispondo de um sistema de som capaz de registrar qualquer tipo de voz, por meio de microfones, amplificadores e agulhas eletromagnéticas de leitura, ninguém precisava berrar mais. (...) Pouco depois da estréia do cantor, seriam instalados no Rio os estúdios e as fábricas de mais quatro multinacionais do disco, a Parlophon, a Columbia, a Brunswick e a Victor, todas dotadas do equipamento de gravação elétrica. Pretendiam recuperar no Brasil o prejuízo que enfrentavam nos Estados Unidos e na Europa em decorrência da catástrofe que se abateu sobre o sistema capitalista internacional depois da queda da Bolsa de Nova York. (...) A Odeon e a Victor nunca mais deixariam o país, demonstrando que os investimentos feitos valeram a pena. O mesmo não ocorreu com a Brunswick e a Parlophon, que, poucos anos depois de aqui chegarem, fecharam suas instalações no Rio de Janeiro.” (Cabral, 1996, p. 18-19)

No início da década de 40, outros segmentos da indústria fonográfica, sobretudo os que representavam pessoas ligadas indiretamente à produção de discos, mobilizavam-se no sentido de regulamentar suas atuações profissionais neste contexto, onde as empresas multinacionais já dominavam o cenário. Em 1938 surge a Associação Brasileira de Compositores e Editores, e em 1942 é criada a União Brasileira de Compositores (UBC), reunindo membros da ABCA e os que ainda estavam afiliados à SBAT.

### **O surgimento das gravadoras independentes**

Os chamados discos “inquebráveis” foram lançados no Brasil em 1948, ano em que a criação de uma tecnologia de gravação mais barata permitiu o aparecimento de muitas gravadoras “independentes” nos Estados Unidos, que acabariam constituindo modelos para iniciativas semelhantes em nosso mercado. Estas gravadoras de menor porte foram, durante muito tempo, responsáveis por grandes índices de vendagem nos EUA. Em 1957 já havia

mais *singles* de música popular das gravadoras independentes nas paradas internacionais de sucesso do que produtos das *majors*.

Os primeiros dados oficiais sobre o mercado nacional de discos datam de 1965, quando o mesmo foi dimensionado como sendo quarenta vezes menor que o norte-americano. Neste ano as gravadoras formaram a Associação Brasileira dos Produtores de Discos. Em 1967, foi promulgada a lei de incentivo fiscal, que permitia às gravadoras aplicarem o ICM devido pelos discos internacionais em gravações nacionais. A partir de então, os produtos deveriam conter o selo “Disco é Cultura”.

1968 foi um ano de reformulação completa nos departamentos de A&R (artista e repertório), onde as gravadoras empreendem uma verdadeira caça a novos talentos, devido à forte concorrência no setor. O lançamento massivo das chamadas “revelações da música” se reflete na alta produção de um formato bem específico de música gravada: em 1969, 57% dos discos vendidos no mundo tem o formato compacto (simples e duplo).

A década de 70 começa com 60% das famílias brasileiras fazendo parte do mercado de bens de consumo “modernos”, ou seja, possuindo pelo menos um eletrodoméstico como rádio, vitrola e TV. E com o consumo de entretenimento pela televisão, surge mais um meio de exposição para o produto da indústria fonográfica. A partir da telenovela “O Cafona”, de 1971, com trilha-sonora lançada pela recém-fundada SIGLA-Som Livre, é lançado o primeiro disco desta espécie.

Em 1973, um decreto presidencial cria o Conselho Nacional do Direito Autoral (CNDA) e o Escritório Central de Arrecadação de Direitos (ECAD), controversa instituição com o intuito de regular a atividade deste setor.

Somente ao final da década a produção independente brasileira demonstra organização e diversificação de gêneros musicais, conseguindo assim alguma atenção da mídia.

“A partir de 1979, ano da realização do I Encontro de Independentes de Curitiba, quando existiam apenas cinco produtores independentes na área de música popular (Antônio Adolfo, Danilo Caymmi, Francisco Mário, Luli e Lucina, e Sambachoro) e dezenas na área da música sertaneja, a adesão ao disco independente inicia seu crescimento como forma de expressão, apesar do custo e da incerteza. Era como se a ‘música represada’ até então começasse a se escoar por um novo canal.” (Mário, 1986, p.11-12)

Enquanto isso, o mercado norte-americano de *singles* registrava a venda de 228 milhões de unidades, e inicia uma fase de declínio, registrando em 1988 venda de 89,7 milhões de unidade.

### **A consolidação da indústria fonográfica estrangeira**

Em 1974, as gravadoras RCA e EMI-Odeon constroem estúdios novos no Brasil. Dois anos depois, em julho, é a empresa WEA (gravadora do grupo Warner Bros.) que se instala oficialmente no Brasil, limitando-se a reproduzir suas matrizes estrangeiras até o final do ano e, mesmo assim, consegue conquistar 2,8% do mercado. No ano seguinte, lançou cinco LPs nacionais.

Em 1978, a gravadora Capitol Records, empresa norte-americana que tinha como uma de suas principais acionistas a EMI e que, juntamente com ela, era representada no Brasil pela Odeon, desliga-se de ambas apenas para efeito de mercado e passa a lançar seus próprios suplementos no país. O predomínio de empresas estrangeiras neste setor chega a um nível tal de notoriedade que a própria Associação Brasileira dos Produtores de Discos admite uma “proporção ilegal de lançamentos estrangeiros”: 53% em abril daquele ano. Mas isso acaba por representar um desenvolvimento do mercado como um todo, e em 1979 são vendidos 39 milhões de discos, 8 milhões de fitas cassete e mais de 18 milhões de compactos simples e duplos.

A implantação do Plano Cruzado, em 1986, promoveu uma retomada do crescimento das vendas de discos, que perdurou até o início da década passada. O ano de 1992 registra a venda de 34 milhões de aparelhos de suporte para música gravada – CDs, cassetes e LPs –, número que seria duplicado em 1995, quando foram comercializadas 75 milhões de unidades. Neste momento o mercado brasileiro de CDs já representava 1,76% (com 3,75% das unidades vendidas) do mercado mundial, que faturava um total de US\$ 39.7 bilhões. A década de 90 também testemunhou um desempenho eficiente de gravadoras nacionais como a Eldorado e a Velas – e mesmo a criação de selos representativos como a Trama e a Abril Music – mas o domínio dos canais de distribuição, que efetivamente colocam as músicas na mídia e no mercado, ainda é uma primazia das multinacionais.

Em 1996, o nosso mercado fonográfico cresceu 32% em relação ao ano anterior: 94 milhões de discos vendidos no país, com um faturamento de US\$ 874,25 milhões. O Brasil voltou à posição de sexto lugar no ranking mundial das vendas de discos. Apesar de manter

esta posição, o faturamento da indústria fonográfica registra queda de vendas pelo segundo ano consecutivo, como informou a ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Disco).

“Enquanto em 1998 os brasileiros compraram 105,3 milhões de CDs, fitas cassete e ainda discos em vinil, no ano passado esse número caiu para cerca de 80 milhões. (...) No Brasil, segundo a associação, o mercado fonográfico é responsável por 66 mil empregos diretos e indiretos, com boa parcela ameaçada por esses fatores.” (Perez, 2000)

O século XX terminou sob o estigma da globalização da economia, cuja faceta mais recorrente no cenário da produção e da distribuição de discos é o fenômeno das fusões de empresas e a conseqüente formação de conglomerados de mídia: como exemplo pode-se citar a formação da maior empresa de comunicação do mundo, a partir da compra do grupo Time-Warner pelo mega provedor de acesso à Internet América On Line, a AOL Time Warner, com um valor de mercado superior a US\$ 350 bilhões.

## **Conclusões**

Com o passar do tempo, o século XX testemunhou o processo de internacionalização da indústria fonográfica, que teve seu início antes mesmo da incorporação de empresas brasileiras pelas gravadoras multinacionais, que culminou na formação de grandes grupos de mídia, representando uma convergência típica da chamada “globalização da economia”. Pode-se afirmar que o desenvolvimento desta indústria em nosso país sempre esteve associado ao capital estrangeiro, bastando lembrar que a tecnologia, fator de renovação efetiva tanto de forma como de conteúdo da música gravada, foi sendo importada ao longo dos anos, tanto por iniciativas individuais de pioneiros como Frederico Figner como através da instalação de empresas estrangeiras em nosso território.

Contudo, somente a interação desta tecnologia em constante desenvolvimento com a produção intelectual de conteúdos populares, em um setor que foi se auto-regulamentando através da criação de diversas instituições, é que resultou nesta estrutura de mercado como observamos hoje, onde o controle dos canais de distribuição se mostra tão importante quanto à própria produção musical.

Neste início de milênio as questões de maior relevância no estudo da comunicação social se posicionam no campo dos enfrentamentos que a indústria cultural deve empreender no sentido de recuperar o espaço perdido para a produção independente, graças à

democratização dos meios eletrônicos e da Internet; fatores que também resultaram no incremento da pirataria que, esta sim, gera prejuízo financeiro significativo aos grupos de mídia onde se encontram as maiores empresas produtoras de música gravada.

**Bibliografia:**

BAHIANA, Ana Maria, WISNIK, José Miguel, AUTRAN, Margarida. *Anos 70 – Música Popular*. Rio de Janeiro: Europa, 1980.

CAZES, Henrique. *Choro – Do Quintal ao Municipal*. São Paulo: editora 34, 1999.

GASPAR, Malu. AOL compra Time por US\$ 166 bi. *Folha de S. Paulo*. São Paulo: 11 jan. 2000, Dinheiro, p.1.

GIRON, Luis Antônio. Casa Edison – Um Império Musical no Brasil. *Gazeta Mercantil*. São Paulo: 5, 6 e 7 nov. 1999, Cultura, p.2.

----- Bando da Lua. *Gazeta Mercantil*. São Paulo: 19, 20 e 21 nov. 1999, Fim de Semana, p.1.

HABERT, Nadine. *A Década de 70: Apogeu e crise da ditadura militar brasileira*. São Paulo: Ática, 1996.

HUPFER, Maria Luisa R. *As Rainhas do Rádio: Símbolos da Nascente Indústria Cultural Brasileira*. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - UMESP, 1998.

HUNG, M. & MORENCOS, E.G; (Eds.). *World record sales 1969-1990: A statistical history of the recording industry*. Londres: IFPI, 1990.

JAMBEIRO, Othon. *Canção de Massa: As condições da produção*. São Paulo: Pioneira, 1975.

MÁRIO, Chico. *Como fazer um Disco Independente*. Petrópolis: Vozes, 1986.

MORAES, Dênis de. *O Planeta Mídia: Tendências as Comunicação na Era Global*. Campo Grande: Letra Viva, 1998.

PEREZ, Luís. Mercado do disco cai com populares. *Folha de S. Paulo*. São Paulo: 10 abr. 2000, Ilustrada, p.1.

RICARDO, Militão de Maya. Indústria fonográfica no RS: um futuro possível. *Famecos*. Porto Alegre: PUCRS, n. 9, p. 77, 1998.

SEVERIANO, Jairo, MELLO, Zuza Homem de. *A Canção no Tempo: 85 anos de músicas brasileiras – Vol.1: 1901-1957*. São Paulo: editora 34, 1997.

TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: 34, 1998.

----- *Música Popular: Um Tema em Debate* . São Paulo: 34 Literatura, 1997.

----- *Música Popular – do Gramofone ao Rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1978.

----- *Música Popular: Teatro & Cinema*. Petrópolis: Vozes, 1972.