



## Máquinas Falantes nos Trópicos<sup>1</sup>

A era dos empreendedores na indústria fonográfica do Brasil 1900-1930

Leonardo De Marchi<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

**Resumo:** a indústria fonográfica é uma das mais antigas e bem sucedidas de nossas indústrias culturais. Contudo, também é pouco pesquisada. Esta é uma falta capital. Afinal, desde 1900-1902, há uma produção local de fonogramas que só fez crescer e cuja relação com a música popular local foi sempre de grande proximidade. Mesmo assim, o contexto que cerca o início deste negócio no país continua sendo um mistério. Neste ensaio, analisam-se as condições que permitiram a fundação da indústria fonográfica no Brasil, especificamente em seu primeiro momento, em uma era em que empreendedores lograram construir um mercado nacional de discos.

**Palavras-Chave:** indústria de discos no Brasil 1900-1930; Belle Époque carioca; Modernização brasileira.

### 1. Introdução

Estranha é a condição da indústria fonográfica no Brasil. A um só tempo, ela é uma de nossas indústrias culturais mais antigas e bem sucedidas, contudo, também é uma das áreas menos pesquisadas. Com efeito, nenhum estudo sistemático de sua história foi realizado a contento. Esta é uma falta capital. Na verdade, as primeiras gravadoras foram fundadas logo no início do século XX e a relação deste negócio com a música local foi sempre de grande proximidade. Se, em 1900, publicava-se o primeiro catálogo de fonogramas importados para consumo de um mercado interno, em 1902 já se gravavam discos contendo gêneros musicais locais. Pouco depois, estabelecia-se uma complexa rede de comércio inter-regional de fonogramas. Finalmente, em 1913, inaugurou-se a primeira fábrica de discos da América Latina, na cidade do Rio de Janeiro, na qual se produziram discos distribuídos para todo o país.

Apesar destes feitos notáveis, ainda não está claro, por exemplo, o que levou um imigrante europeu a fundar uma indústria tão inovadora como a fonográfica em um país agro-exportador da América Latina ou como se operou a construção de um mercado inter-regional de discos, ligando distintas cidades dentro do país. Em suma, o contexto

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à Intercom Sudeste, Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal Fluminense. Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Doutorando do Doutorado do Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde desenvolve uma tese sobre grandes gravadoras e as transformações do mercado fonográfico brasileiro. leonardodemarchi@gmail.com



que cerca o início deste negócio no país continua sendo um mistério. Desta forma, questões fundamentais para se compreender a história da indústria fonográfica no Brasil e suas conseqüências sobre o desenvolvimento de uma “música brasileira” permanecem enigmas a serem desvendados.

Neste ensaio, portanto, pretende-se dar uma pequena contribuição, analisando as condições que permitiram estabelecer uma indústria fonográfica no Brasil, especificamente em seu primeiro momento (1900-1930), em uma era em que empreendedores lograram construir um mercado nacional de discos. Acredita-se que a explicação para a fundação precoce e o êxito desta indústria no país esteja intimamente relacionada ao contexto de modernização brasileira iniciado com a proclamação da República no país e nas transformações culturais que se instalam nos centros urbanos do país, sobretudo no Rio de Janeiro, em um período conhecido como *Belle Époque* tropical. É somente à luz deste cenário que se pode compreender como uma indústria tão inovadora pôde se desenvolver em um país periférico na ordem econômica internacional da época.

## **2. O café, a República e a *Belle Époque* carioca**

O primeiro aspecto que salta aos olhos na história da indústria fonográfica no Brasil é sua precocidade. Já em 1900, fundava-se a primeira loja de produtos fonográficos e, apenas dois anos depois, iniciava-se a gravação de discos *in loco*. Em menos de vinte anos, alguns empreendedores logriam estabelecer um intenso comércio de abrangência nacional. Este feito não é desprezível. Deve-se convir que, à primeira vista, o país apresentava um cenário pouco convidativo a um negócio de tecnologia inovadora e razão tão moderna quanto o entretenimento musical urbano. Afinal, era uma nação agro-exportadora, com incipiente indústria; sua população estava longe de ser urbana; havia poucos anos, deixara de ser uma Monarquia para se tornar República através de um súbito e elitista golpe de Estado, obrigando sua elite a se adaptar a disposições burguesas, de forma afoita e confusa. Um pouco de atenção pode revelar, contudo, um quadro mais complexo, no qual se indica a resposta desse enigma.

Ainda que fosse uma economia agrária voltada para a exportação, o cultivo do café significou o início do capitalismo no país. Como explica Celso Furtado ([1959] 2007), ao final do século XVIII, a economia brasileira enfrentava uma alarmante estagnação. Os cultivos tradicionais pareciam não ter capacidade de se sobrepor à forte concorrência que encontravam no exterior. Apenas quando crises no principal país



produtor, o Haiti, elevaram os preços de um produto que o Brasil produzia em escala moderada, é que o café surge como possibilidade de retomada do crescimento. Os agricultores da região sudeste passam a cultivar o grão em larga escala, visando a exportação. Já no início do século XIX, este produto se torna a locomotiva da economia.

A estrutura da economia cafeeira era, porém, distinta das que a precederam. Comparemos, como Furtado fez, com a do açúcar. Nesta, a economia era escravista, fazendo com que as rendas não convirjam para a criação de um mercado interno. Isto porque a parte produtiva e a comercial estavam isoladas: a produção da cana realizava-se no país, mas o comércio era controlado de fora, por holandeses ou portugueses. Por conseguinte, as divisas eram investidas no exterior e o restante que permanecia com os produtores locais era utilizado na compra de mais escravos. Não se pode deixar de lembrar que a mão-de-obra escrava não possuía renda para investir em consumo de bens feitos internamente ou mesmo importados. Politicamente, tal característica impedia a formação de um grupo uniforme entre os produtores brasileiros, os quais não demonstravam, por conseguinte, qualquer interesse em utilizar o Estado a seu favor. Assim, a estrutura social e econômica desse regime não ensejava uma sociedade dinâmica capaz de iniciar qualquer processo de modernização.

Na economia assalariada cafeeira, por outro lado, o lucro era aplicado em um mercado interno. Os salários se transformam em consumo de bens: comida, serviços, vestimenta etc. Tornam-se, por isto, o centro de uma economia doméstica, a qual assume paulatinamente dinâmica própria – ainda que subordinada, enfim, ao setor exportador. Contudo, o fato mais inovador neste cenário é, da perspectiva política, que a economia cafeeira cria uma elite peculiar. O cultivo do café é realizado por agricultores brasileiros. Desta forma, a parte produtiva e a comercial estavam agora reunidas, significando que o planejamento e a realização da produção seriam feitos internamente e as divisas obtidas, reinvestidas no próprio país. Responsáveis por todo o ciclo produtivo, os agricultores brasileiros foram forçados a pensar e agir considerando cada etapa da produção. Daí que, como Furtado sublinha, uma verdadeira visão de mundo configura-se, e tal elite passa a se constituir como classe. Como tal, compreende-se a importância vital de se ter o Estado a seu favor. Logo que percebem a falta de vontade e de capacidade de uma monarquia assentada na estrutura escravista para atender a suas mais prementes demandas, passam a conspirar. A proclamação da República estava em curso.



Há de se notar que este acontecimento esteve longe de se dar de forma fulminante e organizada. Pelo contrário. Trabalhos como os de Jeffrey Needel (1987) e de José Murilo de Carvalho (1987; 1990) deixam nítida a existência de distintos grupos, com propostas divergentes de República, em disputa pelo poder. Dentre todos, porém, apenas um estava capacitado a promover o golpe: os militares, que o fizeram de forma algo súbita, em 1889. Tão surpreendente foi a proclamação que o republicano Aristides Lobo observou, com fina ironia, que a população a assistira “bestializada”, isto é, surpreendida, incrédula, afastada do evento. Retórica à parte, era fato que o novo regime se constituía a margem das camadas populares e assim continuaria.

Os governos da Primeira República (1889-1930) tiveram a preocupação de ignorar demandas populares. Nenhum esforço sistemático de inclusão da população ao processo político foi realizado. Pelo contrário, após a estabilização do novo regime, tendo à frente as elites agrárias, inicia-se uma *modernização conservadora*, cujo objetivo foi apresentar o país à comunidade internacional como uma nação moderna, isto é, liberal e capitalista, sem que se alterasse fundamentalmente sua estrutura social. Isto pôde ocorrer graças ao controle que as elites agrárias tradicionalistas lograram obter deste processo modernizante, resultando na restrição dos ideais mais efervescentes do liberalismo. É na esteira dessa modernização conservadora que as reformas urbanas e o processo civilizador da *Belle Époque* carioca estão indissociavelmente relacionados.

Sob o comando de tecnocratas dotados de todo poder, a cidade do Rio de Janeiro seria palco de uma profunda transformação arquitetônica e cultural. No mandato de Rodrigues Alves (1902-1906), a reformulação urbana da capital encabeçava a pauta dos políticos. Interessados em concluir a recuperação econômica do país, acreditavam que uma cidade mais “moderna” atrairia imigrantes europeus, capital externo e comércio internacional, além de facilitar o fluxo de entrada e saída de produtos pelo porto da cidade (NEEDEL, 1987). O projeto arquitetônico foi inspirado na Paris de Haussmann. Praças foram adornadas para ostentar monumentos em homenagem à república (CARVALHO, 1990). Grandes *boulevards* foram abertos, interconectando a região do porto ao centro da cidade. A Avenida Central tornou-se símbolo da nova ordem, uma vez que rasgou o coração da velha cidade com suas lojas de vitrines no térreo, convidando os novos ricos ao consumo das mercadorias importadas dos países industrializados.

Conforme Marshall Berman (1986, p. 143) sugere, ao tratar da própria Paris em reforma de Hausmann, “a modernização da cidade inspira e força a modernização da



alma de seus cidadãos”. E assim deveria ser no Rio. Inicia-se uma *Belle Époque* (1898-1914) que foi, porém, não tanto um período de abundante riqueza quanto uma tentativa deliberada e compulsória de civilizar *à la européenne* a boa gente do Rio de Janeiro. Na verdade, tal ímpeto civilizador encontra sua gênese nas reformas econômicas do início da República. Entendendo que o momento era propício para a industrialização do país, Rui Barbosa, então Ministro das Finanças, deu início a uma política econômica, conhecida por *Encilhamento* (1889-1892), fundamentada na expansão do crédito através de empréstimos do exterior, buscando fomentar uma onda de empreendimentos comerciais e industrialistas. Seguiu-se ao crescimento da bolsa de valores, a fundação de inúmeros bancos e negócios um incontrolável movimento de especulação, atrelado à irrefreável corrupção. Logo ficaria evidente que a súbita evaporação das fortunas da antiga nobreza e o surgimento de *nouveaux riches*, devotos da especulação financeira e do arrivismo social, eram as duas faces da mesma situação.

Se as reformas políticas não alteraram significativamente a estrutura social, seguro que abriram caminho para a ascensão de poucos e ousados aventureiros. Na capital, de repente, a necessidade de distinção cultural tornou-se mais aguda que nunca. A nova elite queria se diferenciar da decadente, porém elegante, sociedade imperial e se apressou a adotar uma imagem de *civilité*, fundada no consumo de artigos importados. Assim, uma série de novas atitudes passara a preencher obrigatoriamente a vida dos novos ricos citadinos: fumar cigarros industrializados; ir a *Cafés*; andar de *bond*; caminhar à americana (com pressa); usar terno e cartola; saber usufruir as maravilhas da moderna comunicação: a máquina de escrever, o cinema, o telefone, a máquina-falante que toca música. Enfim, era preciso gabar-se da nova condição social, refletindo-a no que se consumia ou, como o historiador Nicolau Sevcenko sintetiza (1983, p. 31), era mister ao “homem novo” da república ser julgado *smart* ou *chic* pela procedência do tecido de sua roupa ou pelo corte de seu terno.

É preciso notar, no entanto, que esta adoção de uma modernidade alheia e limitada revela, no fundo, a incapacidade dos estratos urbanos brasileiros de levar a cabo um projeto próprio de modernização. Boris Fausto (1982) fornece uma imagem bastante realista tanto dos grupos industrialistas quanto das classes médias do Brasil no início do século XX, revelando como ambos estão a reboque dos interesses e ações das elites agrárias. O autor deixa evidente a fragilidade desses agentes sociais, incapazes de se articular a fim de lograr alguma política transformadora da ordem brasileira, que instituísse a concepção burguesa de vida nos diversos planos da sociedade. A opção



seguida foi, portanto, a da manutenção de certa dualidade, em que convivem a extensa base social típica da economia agro-exportadora conjugados a elementos descolados da estrutura de consumo (MARTINS; DE MARCHI, 2008). É neste contexto do que se poderia chamar de *cosmopolitismo periférico* – descolado de mudanças substanciais na estrutura social do país e, exatamente por isto, baseado no agressivo consumo de bens supérfluos, o que promete uma alheia, mas de fato inalcançável modernidade – que o imigrante Frederico Figner encontraria o cenário ideal para inaugurar uma loja de produtos fonográficos, a *Casa Edison*.

### **3. Construindo um mercado de discos no Brasil: a era dos empreendedores**

A despeito de outras gravadoras contemporâneas<sup>3</sup>, esta possui um lugar de destaque na história da indústria brasileira de discos. Afinal, foi a primeira a ser fundada no país; registrou uma porção significativa da música praticada na capital federal de então, o Rio de Janeiro; foi o centro de um comércio nacional de discos; além de ter sido a base para a viabilização da fábrica *Odeon*. O que mais fascina em sua história é, porém, o reflexo que produz de seu tempo. Frederico Figner nasce em Milevsko u Tabor, parte do Império Austro-Húngaro – atual República Tcheca – e migra para os Estados Unidos no final do século XIX. Lá, adquire cidadania e fonógrafos, que passa a apresentar pela América Latina, acompanhando seu cunhado. Em 1891, chega ao Brasil. Seguindo as rotas comerciais da época, atravessa-o de norte a sul, encaminhando-se ao Uruguai e à Argentina. Finalmente retorna, em 1900, para se instalar no Rio de Janeiro, onde abre a *Casa Edison*, loja na qual apresenta novidades tecnológicas, como o kinetoscópio, além de vender telefones, máquinas de escrever, de calcular e, claro, fonógrafos. No mesmo ano, inicia o comércio de discos importados, como fica patente no primeiro catálogo da empresa. Em 1902, publica o catálogo contendo as primeiras gravações feitas no Rio de Janeiro de repertório local.

Se o conceito de *cosmopolitismo periférico* dá ampla justificação à existência desse empreendimento no Brasil da época, pouco revela os pormenores do negócio e, por conseguinte, não aclara seu significado cultural: o que instigou Figner a investir tão prontamente na produção de repertório musical local visando um mercado interno? Como produziu discos se não havia fábricas no país?

Em trabalho anterior (MARTINS; DE MARCHI, 2008), defendeu-se que um moderno mercado de música se estabelecera no Rio de Janeiro ao longo do século XIX.

---

<sup>3</sup> Antes do final da década de 1900, inauguraram-se outras cinco empresas fonográficas na cidade do Rio de Janeiro (FRANCESCHI, 2002), além de outras duas firmas em Porto Alegre (VEDANA, 2006).



Sua origem está intimamente relacionada à chegada da Família Real portuguesa ao Brasil, em 1808. A partir de então, o Estado passa a ser agente central na modernização das práticas musicais. Ao incentivar a imigração de músicos europeus, possibilitou que estes não apenas introduzissem novas técnicas de execução – como no caso do flautista belga Mathieu-André Reichert, quem difundiu o moderno sistema Boehm de flauta transversa, já no reinado de D. Pedro II (CAZES, 1998) – como também que criassem um mercado de partituras e de instrumentos modernos. A editoração de partituras está relacionada ao decreto da *Imprensa Régia*, de 1808, permitindo que se desenvolvesse uma produção comercial de partituras<sup>4</sup>. No entanto a razão para o desenvolvimento deste comércio residiu, sobretudo, no consumo de instrumentos musicais modernos, notadamente o *pianoforte*. O historiador Marcos Napolitano (2002, p. 43) nota que, por volta de 1850, a promoção de bailes pela corte portuguesa suscitara uma valorização das festas domiciliares e do aprendizado do piano entre as “boas famílias” do Império. José Ramos Tinhorão (1998) confirma esta observação ao notar que, desde a chegada da família Real, o consumo de pianos importados (usados) da Europa aumentara enormemente, a ponto do poeta romântico brasileiro Manuel de Araújo Porto Alegre afirmar que o Rio de Janeiro de 1856 era a “cidade dos pianos”. Com efeito, a conjunção desses fatores levou a configuração de um cenário ideal para um mercado moderno de música: a adoção dos hábitos cortesões exigia o consumo e o aprendizado do piano, o que demandava partituras e profissionais de ensino especializado. Aos poucos, mesmo os músicos que não eram da corte, poderiam ganhar sua renda com a venda de instrumentos, a editoração de partituras e o ensino particular.

A chegada de uma corte européia e de sua burocracia administrativa também engendra a dinamização da vida cultural da capital imperial. A partir de 1859, a acanhada cidade colonial testemunha o surgimento do moderno entretenimento urbano. Inauguram-se *vaudevilles* e cafés-cantantes, chopes-berrantes e gafieiras, distintos nomes para diferenciar os clientes, mas comungando um mesmo conceito: o de misturar bebida e dança resultando em entretenimento para a população. Esses locais de grande popularidade seriam responsáveis não apenas pela introdução de novos gêneros musicais europeus que logo reforçariam o repertório de canções dançantes

---

<sup>4</sup> Segundo o verbete da Enciclopédia da Música Brasileira (1998: p. 370-379), é possível encontrar, já em 1824, algumas gráficas produzindo material relacionado à música. Em 1834, surge a Estamparia de Música, fundada pelo francês Pierre Laforge, que é a primeira imprensa de música de corte na cidade. Em 1846, finalmente, funda-se a primeira editora de música, a Casa Phillipone & Cia. Deve-se notar ainda que a maior parte dos donos fundadores dessas editoras eram músicos europeus, atraídos pelas possibilidades comerciais abertas pela chegada da corte portuguesa.



abrasileiradas – a exemplo das *chansonnettes* que se convertem em “cançonetas” e dos *Schottisches* que se transfiguram em “xotes”, como sustenta Tinhorão (op. cit.) – como também serviriam de emprego para músicos locais – saem desses locais os primeiros “pianeiros”, pianistas especializados na execução dessas músicas de salão.

Quando aporta no Rio, portanto, Figner encontra uma cidade já dotada de um mercado de música bem estruturado com editoras, lojas de instrumentos musicais modernos, músicos profissionais eruditos e leigos, escolas profissionalizantes, vasto repertório e, o que é mais importante, um público de distintas classes disposto a pagar para consumir música como entretenimento. Ao fundar um negócio inovador, porém correlato, bastava-lhe utilizar a estrutura disponível.

Esta facilidade era, aliás, condição prévia no período inicial da indústria fonográfica. Tenha-se em conta que os primeiros anos desse negócio foram marcados pelo estratégico uso de patentes, através das quais se regulava o acesso à tecnologia e, por conseguinte, geravam-se monopólios, como apropriadamente explica Lisa Gitelman (1999). De um lado, encontravam-se empresas fonográficas que desenvolviam e controlavam a tecnologia de reprodução sonora através de patentes e detendo as plantas industriais para produção em larga escala de discos. Munidos deste aparato jurídico e tecnológico, restringiam a concorrência, estipulavam os preços de seus produtos e firmavam contratos exclusivos com terceiros para a produção industrial de discos. De outro lado, estavam empreendedores aventureiros em busca de mercados musicais dispostos ao longo das trilhas comerciais abertas pelo colonialismo para que pudessem estabelecer gravadoras. O negócio era atrativo. Necessitava-se de pouca tecnologia para gravação, bastando uma máquina para registrar os sons, material para o registro e um pequeno estúdio. Uma vez encontrado um mercado estruturado, artistas e repertório tornavam-se disponíveis a baixo custo, pois leis de direito autoral regulamentando reproduções mecânicas do som sequer haviam sido aventadas<sup>5</sup>. Assim, esses empreendedores apenas pagavam aos músicos pequenas somas em dinheiro pela gravação, retendo o lucro das em entretenimento para a população. Esses locais de grande popularidade seriam responsáveis não apenas pela introdução de novos gêneros musicais europeus que logo reforçariam o repertório de canções dançantes abrasileiradas – a exemplo das *chansonnettes* que se convertem em “cançonetas” e dos

---

<sup>5</sup> Somente entre 1908 e 1911 é que as primeiras leis de direito autoral que regulamentavam as reproduções sonoras mecânicas, inclusive as fonográficas, foram implementadas (GITELMAN, 1999). No Brasil, a primeira sociedade de gestão coletiva de direitos autorais foi fundada em 1917. Contudo, é somente a partir do decreto 5.492, de 1928, que a SBAT passa a gerenciar a arrecadação dos direitos de autor também para a música.





*Schottisches* que se transfiguram em “xotes”, como sustenta Tinhorão (op. cit.) – como também serviriam de emprego para músicos locais – saem desses locais os primeiros “pianeiros”, pianistas especializados na execução dessas músicas de salão.

Quando aporta no Rio, portanto, Figner encontra uma cidade já dotada de um mercado de música bem estruturado com editoras, lojas de instrumentos musicais modernos, músicos profissionais eruditos e leigos, escolas profissionalizantes, vasto repertório e, o que é mais importante, um público de distintas classes disposto a pagar para consumir música como entretenimento. Ao fundar um negócio inovador, porém correlato, bastava-lhe utilizar a estrutura disponível.

Esta facilidade era, aliás, condição prévia no período inicial da indústria fonográfica. Tenha-se em conta que os primeiros anos desse negócio foram marcados pelo estratégico uso de patentes, através das quais se regulava o acesso à tecnologia e, por conseguinte, geravam-se monopólios, como apropriadamente explica Lisa Gitelman (1999). De um lado, encontravam-se empresas fonográficas que desenvolviam e controlavam a tecnologia de reprodução sonora através de patentes e detendo as plantas industriais para produção em larga escala de discos. Munidos deste aparato jurídico e tecnológico, restringiam a concorrência, estipulavam os preços de seus produtos e firmavam contratos exclusivos com terceiros para a produção industrial de discos. De outro lado, estavam empreendedores aventureiros em busca de mercados musicais dispostos ao longo das trilhas comerciais abertas pelo colonialismo para que pudessem estabelecer gravadoras. O negócio era atrativo. Necessitava-se de pouca tecnologia para gravação, bastando uma máquina para registrar os sons, material para o registro e um pequeno estúdio. Uma vez encontrado um mercado estruturado, artistas e repertório tornavam-se disponíveis a baixo custo, pois leis de direito autoral regulamentando reproduções mecânicas do som sequer haviam sido aventadas<sup>6</sup>. Assim, esses empreendedores apenas pagavam aos músicos pequenas somas em dinheiro pela gravação, retendo o lucro das vendas. Uma vez gravadas as matrizes, o material era enviado a fábricas na Alemanha ou nos Estados Unidos para a produção em larga escala, sendo comprado o produto manufaturado para revenda ao mercado local.

Ainda que desigual e dependente tal estrutura parecia compensar o investimento. O contrato de Figner com a *Zonophone* e, depois, com a *International Talking Machine-*

---

<sup>6</sup> Somente entre 1908 e 1911 é que as primeiras leis de direito autoral que regulamentavam as reproduções sonoras mecânicas, inclusive as fonográficas, foram implementadas (GITELMAN, 1999). No Brasil, a primeira sociedade de gestão coletiva de direitos autorais foi fundada em 1917. Contudo, é somente a partir do decreto 5.492, de 1928, que a SBAT passa a gerenciar a arrecadação dos direitos de autor também para a música.



*Odeon*, ambas sediadas na Alemanha, comprova isto. Como Franceschi (ibid., p. 88-98) cuidadosamente descreve, para que se produzissem os discos exclusivamente para a Casa Edison, o empresário radicado no Brasil deveria pagar, com capital próprio, a viagem marítima de Berlim ao Rio de Janeiro, ida e volta em Primeira Classe, para o técnico de gravação; a retirada da Alfândega do material trazido da Alemanha; a hospedagem e a manutenção do funcionário no país; o local e o material técnico e humano para gravação; o retorno das ceras gravadas à fábrica. Além disso, o empresário ficaria obrigado a comprar 50 discos-concerto (10 polegadas) e de 100 a 150 discos pequenos (19 cm) de cada lote produzido – medidas referentes aos padrões de discos das empresas alemãs. Porém, havia uma oferta interessante: oferecia-se a Figner 1/3 da patente para o Brasil de discos de dupla face (contendo músicas dos dois lados da chapa). Com isto, Figner não apenas teria uma tecnologia inovadora, que lhe daria enorme vantagem sobre seus competidores, como também lhe possibilitaria estabelecer contratos de produção desses discos em outras regiões do Brasil. Acatadas as condições, em 1902, realizam-se as primeiras sessões de gravação na cidade e, no mesmo ano, vendem-se os respectivos discos. Nesta oportunidade, foram feitas 225 seções, no primeiro semestre, e outras 508, no segundo. Apesar das mudanças do fornecedor<sup>7</sup>, tal acordo seria mantido até 1913, quando se inaugura uma fábrica no Rio de Janeiro.

O êxito deste empreendimento deve ter sido notável. A ponto de, no final da década de 1900, Figner considerar a possibilidade de construir uma fábrica de discos no Rio de Janeiro. Ainda que a contabilidade da Casa Edison tenha se perdido ao longo do tempo, os dados remanescentes indicam que a idéia estava longe de ser absurda. Conforme revela Franceschi (ibid., p. 195), o próprio empresário afirma, em seu diário, que sua produção passara das 733 gravações de 1902 para 3.000, com tiragem de 750.000 discos, ao final de 1911. Entre 1911 e 1912, foram comercializados 840 mil discos, gerando um lucro líquido de 7000 contos, moeda brasileira da época e quantia suficiente para suscitar um passo considerável à frente nos negócios.

Com o suporte técnico, agora, do grupo *Lindström*, Figner importa maquinaria, requisita financiamento para a construção do edifício e inaugura, em 1913, a primeira fábrica de discos da América Latina<sup>8</sup>. Era uma instalação de grandes proporções,

---

<sup>7</sup> Em 1901, Friedrich M. Prescott era gerente da *Zonophone*, que foi comprada pela *Gramophone* de Londres no ano seguinte. Demitido, funda a *International Talking Machine-Odeon* e dá continuidade às negociações com Figner. Em 1908, o grupo sueco *Lindström* adquire a ITM-Odeon, mas mantém os termos deste contrato.

<sup>8</sup> Esta idéia não foi única, ainda que pioneira. No Brasil, em Porto Alegre, os irmãos Leonneti também decidiram construir sua própria instalação. Aproveitando-se da casa de campo nos arredores de Porto Alegre, constroem uma pequena instalação, que inauguram em 1º de Agosto de 1914. Além disto, sabe-se que a ITM-Odeon tinha planos de



munida de alta tecnologia, cerca de 150 operários e com capacidade média para a produção de 125.000 unidades por mês (FRANCESCHI, 2002, p. 203). As cláusulas do novo contrato revelam inequivocamente o reforço da dependência ao capital estrangeiro: é expresso que a posse do terreno, do prédio e dos equipamentos pertence à empresa sueca, sendo Figner apenas o gestor da empresa, contudo, com liberdade para administrar as atividades desde a seleção de repertório à venda dos discos.

Frederico Figner também ajudou a estabelecer uma rede de relações comerciais entre as casas de disco. Primeiro, inaugurou uma filial da Casa Edison na cidade de São Paulo, deixada à custódia de seu irmão Gustavo. Depois, fomentou contatos em Porto Alegre, através de um contrato com a Casa Hartleb e negócios com a firma A Elétrica, dos irmãos italianos Leonetti. Por volta de 1907, para comercializar seus discos também no Norte e Nordeste do país, o empresário estabeleceu acordos com a *Columbia* (FRANCESCHI, op. cit., p. 171). Entre 1902 e 1913, enquanto os discos ainda eram prensados nas fábricas alemãs, Figner mandou realizar gravações nessas cidades – ou patrocinou a gravação de músicos dessas localidades em seu estúdio na capital federal – além de intermediar o envio dessas matrizes para a Europa e a importação dos discos. A partir de 1913, quando inaugura a fábrica *Odeon*, passa a produzir para as outras empresas. Ao longo desse período, teve de lidar com crescente concorrência. Em 1914, os irmãos Leonetti inauguram sua fábrica nos arredores de Porto Alegre. De lá, estes empresários não apenas atendem os mercados gaúcho, argentino, uruguaio e paraguaio como também estabelecem acordos com Gustavo Figner – nessa época, em litígio com seu irmão Frederico – para a produção e venda dos discos de seus discos de selo *Phoenix* e *O Gaúcho* nos mercados paulista e porto-alegrense. Tal trama revela o rápido crescimento de um mercado inter-regional de fonogramas: Norte/Nordeste ↔ Rio de Janeiro; Rio → São Paulo → Porto Alegre; Rio ↔ São Paulo; Rio ↔ Porto Alegre; São Paulo ↔ Porto Alegre.

Note-se algo profundamente inovador nisto. Com o estabelecimento desse intercâmbio periódico e contínuo de fonogramas em escala larga, a relação do público brasileiro com o consumo musical mudaria dramaticamente. Não mais os consumidores de São Paulo e de Porto Alegre teriam de esperar por músicos itinerantes para conhecerem os avanços musicais da capital federal. Tampouco, os cariocas deveriam conhecer a música tocada na cidade através da edição de partituras. Bastaria a todos

---

construir suas fábricas fora da Europa. Assim, a empresa constrói uma fábrica em Buenos Aires poucos anos depois da do Rio de Janeiro. FRANCESCHI, 2002.



colocar o gramofone para tocar os discos. Com os discos gravados para a Casa Edison, e também para as outras firmas, passa-se a ter conhecimento das mesmas gravações, das mesmas modas musicais realizadas nos grandes centros do país. Através dessa rede de relações comerciais, fomentada por tais empreendedores da indústria fonográfica, começa-se a se esboçar uma *sensibilidade musical comum* entre públicos no Brasil.

Neste sentido, há um evento aparentemente corriqueiro, mas de enorme significado. Em 1915, Frederico Figner processa os irmãos Leonetti por uso indevido da música *Cabloca de Caxangá*, de João Pernambuco e Catulo da Paixão Cearense, gravada pela Casa Edison para o carnaval carioca de 1913. Então, esta gravação logrou considerável sucesso entre o público carioca. Dois anos depois, Savério Leonetti simplesmente resolve regrava-la para sua *A Elétrica* com um arranjo distinto – e sem o consentimento de Figner, detentor dos direitos autorais. Após os procedimentos legais, o empresário radicado no Rio consegue ganho de causa, sustando a produção daquele disco pela firma porto-alegrense. Este caso de pirataria, provavelmente o primeiro a ser registrado no Brasil, é rico em simbolismo. Primeiramente, foi uma clara demonstração das novas fronteiras legais que a indústria do disco estava constituindo ao largo da produção de música barreiras nas quais se dizia o que poderia ou não ser feito. Em segundo lugar, revela o quanto a indústria fonográfica estava assumindo o controle da indústria da música. Afinal, era Figner quem detinha os direitos e quem processou outro empresário fonográfico por pirataria. Enfim, também atesta aquilo de que se tratou no parágrafo anterior, ou seja, desvela a constituição de uma sensibilidade comum entre públicos através do comércio fonográfico. Pois parece certo que a escolha de copiar aquela música específica não foi aleatória, mas se deveu ao êxito comercial atingindo pela composição junto aos consumidores cariocas.

Para que fique claro, não se está afirmando a existência um mercado de discos de larga escala, muito menos de *massa*. Não há dados que explicitem a quantidade de produtos ou a renda gerada por tal comércio, o que permitiria retratar inequivocamente a vitalidade e amplitude desse negócio. Atesta-se, tão somente, que havia um intercâmbio de fonogramas e, isto sim, revela os alicerces da construção de uma conexão entre os consumidores de distintas áreas do país. Ao ouvirem os discos da Casa Edison, por exemplo, os públicos carioca, paulistano e porto-alegrense estavam acessando as mesmas canções, as mesmas gravações, as mesmas interpretações registradas em distintos tempo e espaço,



A partir da década de 1930, inicia-se uma nova fase para a indústria fonográfica no Brasil. A partir de 1927, por um lado, a tecnologia elétrica de gravação passa a ser regularmente utilizada, o que permite aumentar a quantidade e a qualidade da produção de discos. Com o fim da vigência das patentes, por outro, as gravadoras multinacionais passam a competir por mercados através de investimentos diretos. Entre 1928 e 1929, instalam-se aqui gigantes como Columbia, RCA-Victor e Brunswick. Os novos tempos foram sentidos por Figner antes até. Em 1919, face aos problemas resultantes da Primeira Guerra Mundial, o debilitado grupo *Lindstron* se transforma em *Transoceanic Trading Company*. Em 1925, esta empresa é encampada pela *Columbia Gramophone* de Londres que seria parte, a partir de 1931, da *Electric Musical Instruments* (EMI). Já em 1926, os investidores estrangeiros exigem direta participação na filial brasileira. Aos poucos, conforme descreve Franceschi, de forma incisiva, senão truculenta, a companhia inglesa adquire a posse dos catálogos da *Odeon* brasileira, respectivos direitos autorais e a possibilidade de administrar, do exterior, a conduta da produção, inclusive no que tange à seleção musical. Em 1932, finalmente, uma nova revisão do contrato obriga Figner a lhes entregar a fábrica. O tempo de Figner acabara, a despeito de ainda tentar se manter no ramo como um independente. Com ele, define-se a *era dos empreendedores* da indústria fonográfica brasileira. Pela metade da década, assim, o mercado brasileiro estaria sitiado por grandes empresas multinacionais.

### **Conclusão**

O período inicial da indústria fonográfica no Brasil esteve longe de ser precário ou meramente aventureiro. Com efeito, as realizações de empreendedores como Frederico Figner ou Savério Leonetti foram não somente notáveis para sua época como também constituiriam os pilares para desenvolver uma indústria moderna, o que ocorreria ao longo das décadas seguintes. O legado desses homens foi construir um negócio bem estruturado, de alcance nacional, habituando a população local ao consumo da nova mídia, além de trazer boa parte do mercado de música, sobretudo, o de música popular para sua esfera de influência. Não impressiona, assim, que “música popular” e “indústria fonográfica” sejam termos que se confundam na memória e na história da cultura brasileira moderna.

Muitos ainda são os aspectos a serem investigados e isto é deixado patente pelas lacunas deste próprio texto. Exige-se, com efeito, um esforço interdisciplinar para se estudar em toda sua extensão a complexidade do objeto *indústria fonográfica no Brasil*.



Todavia, torna-se evidente que a questão desta indústria e de sua mídia não pode ser ignorada como elemento constitutivo da discussão.

### **Referências bibliográficas:**

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Cia das Letras, 1986.

CARVALHO, José M. de. **Os bestializados**: o Rio de Janeiro e a República que não foi. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

\_\_\_\_\_. **A formação das almas**: o imaginário da República no Brasil. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

CAZES, H. **Choro**: do quintal ao Municipal. São Paulo: Editora 34, 1998.

FAUSTO, B. **A revolução de 1930**. 8ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FRANCESCHI, Humberto M. **A Casa Edison e seu tempo**. Rio de Janeiro: Ed. Sarapuí, 2002.

FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. 34ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

GITELMAN, L. **Scripts, grooves and writing machines: representing technology in the Edison era**. Standford: Standford University Press, 1999.

MARTISN, J.; DE MARCHI, L. 2008. **Ecos da modernidade**: investigações sobre Casa Edison e o início da indústria fonográfica no Brasil. In: International Association for the Study of Popular Music, VIII Congresso, Junho 2008, Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima.

LOBO, E. **Historia do Rio de Janeiro**: do capital comercial ao capital industrial e financeiro. Rio de Janeiro: IBMEC, 1978.

NAPOLITANO, M. **História e música: história cultural da música popular**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

NEEDELL, Jeffrey D. **A tropical Belle Époque: elite culture and society in turn-of-the-century Rio de Janeiro**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

SCHWARZ, R. As idéias fora de lugar. In: \_\_\_\_\_. **Ao vencedor, as batatas**. São Paulo: Duas Cidades, 1977.

SILVA, E. **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira**. In: INTERCOM, XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, 2001, Campo Grande. **Anais...**Campo Grande: 2001. 1 CD ROM.

TINHORÃO, José R. **História social da música popular brasileira**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

VEDANA, H. **A Elétrica e os discos Gaúcho**. Porto Alegre: SCP, 2006.