

## A INDÚSTRIA FONOGRAFICA NO BRASIL E O BALANÇO DA ECONOMIA NACIONAL

*Vanessa Durães Prudêncio\**

**Resumo:** Pensando a Indústria Fonográfica como uma das facetas que integram o mercado econômico, o presente estudo busca demonstrar como se deu o desenvolvimento da indústria da música no Brasil e como as oscilações na produção e vendas de discos acompanharam o balanço da economia nacional. Com foco no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, momento de reconstrução das estruturas democráticas brasileiras, visamos exemplificar em qual medida o estudo dos produtos da indústria fonográfica nos fornece um viés da realidade na qual estão inseridos. Dessa forma, este artigo pretende reforçar a importância de um estudo cultural e lançar as bases para estudos com o uso da música brasileira como fonte de pesquisa.

**Palavras-chave:** indústria fonográfica, economia, redemocratização.

**Abstract:** Thinking about the Phonographic Industry as one of the facets that be a part of the economic market, this study seeks to show how was the development of the music industry in Brazil and how the changes in the production and sales of records followed the changes of the national economy. Focusing in the late 1980s

---

\* Graduada em História pela Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES). Mestre em História pelo Programa de Pós-Graduação em História (PPGH) da Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES), tendo sido bolsista pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). E-mail: [vanessa.prudencio@yahoo.com.br](mailto:vanessa.prudencio@yahoo.com.br)

and early 1990s, when the reconstruction of Brazilian democratic structures, we aim to illustrate to what extent the study of the music industry products provides us with a bias of reality in which they live. Thus, this article aims to reinforce the importance of a cultural study and lay the foundation for studies on the use of Brazilian music as a source of research.

**Keywords:** music industry, economy, democratization.

**Resumen:** Pensando en la Industria Fonográfica como una de las facetas que componen el mercado económico, este estudio pretende mostrar cómo fue el desarrollo de la industria de la música en Brasil y cómo los cambios en la producción y las ventas de discos siguieron una evaluación de la economía nacional. Centrándose en las finales de 1980 y principios de 1990, cuando la reconstrucción de las estructuras democráticas de Brasil, nuestro objetivo es ilustrar en qué medida el estudio de los productos de la industria de la música nos da un sesgo de la realidad en la que viven. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo reforzar la importancia de un estudio cultural y sentar las bases para los estudios sobre el uso de la música brasileña como fuente de investigación.

**Palabras clave:** industria de la música, la economía, la democratización.

Sabe-se sobre indústria cultural, que este termo foi sugerido por Theodor Adorno (2002), filósofo e sociólogo alemão e um dos expoentes da Escola de Frankfurt<sup>1</sup>, em substituição à expressão “cultura de massas”. Em “O que é Indústria Cultural”, Teixeira Coelho (1980) explica que ela surge concomitantemente ao aparecimento e crescimento da sociedade capitalista moderna - século XIX - sendo considerada parte do “(...) fenômeno da industrialização” (1980, p. 10) e, conseqüentemente, objeto de consumo da sociedade. Segundo Adorno (2002), indústria cultural e capitalismo estão intimamente ligados e, no caso da primeira, “o seu desenvolvimento progressivo fluía necessariamente das leis gerais do capital” (ADORNO, 2002, p. 24).

---

<sup>1</sup> Vertente de estudos sobre a cultura surgida na Alemanha no século XIX. (N.A.)

Nesse contexto, os produtos da indústria cultural são produzidos e difundidos amplamente. Por esse motivo, são comparados a outros bens de consumo devido ao “(...) uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho.” (COELHO NETTO, 1980, p. 10). João Pinto Furtado (1997) define que:

(...) conceber a plena possibilidade de produção da Obra de Arte no interior da Indústria Cultural traduz a necessidade contemporânea de re-significar o próprio conceito de Arte, no âmbito da sociedade de massa, de modo a expandir sua fruição para além das elites que tradicionalmente tinham acesso exclusivo a este consumo até o século XIX. (FURTADO, 1997, p. 124)

Para Adorno (2002), os produtos da indústria cultural são fabricados e empacotados em larga escala, não apresentando função ou propósito social. Inserido num contexto econômico voltado para o mercado, o público consumidor desses produtos culturais estaria, portanto, demonstrando “(...) o caráter repressivo da sociedade que se auto aliena” (ADORNO, 2002, p. 09). Adorno conceitua a indústria cultural como algo “standardizado” e marcado pela “pseudo individualidade”, visão pessimista que demonstra um desgosto explícito por tais manifestações comerciais da cultura e, principalmente, da música, consideradas “(...) a realização mais perfeita da ideologia do capitalismo monopolista: indústria travestida em arte” (NAPOLITANO, 2005, p. 21).

Mesmo com o seu “azedume intelectual”, como define Marcos Napolitano (2005, p. 21), e sua crítica claramente oposicionista, Adorno (2002) trouxe grande contribuição para os estudos em torno da música popular e da arte comercial. Em se tratando da juventude, Adorno (2002) explica que, mesmo sem pretensão clara de consumir tais produtos, podemos estar certos de que essa parcela da população estaria pronta para tal. Essa predisposição para o consumo significaria, na visão adorniana, quase imediatamente, em “(...) posturas de aceitação da ordem social” (THOMPSON, 2002, p. 07), o que resultaria em uma massa dócil, sem identidade ou posicionamento crítico. Ele sugere ainda que a indústria, perante o conformismo dos consumidores, adapta-se às necessidades lançadas por ela mesma e define a procura pelos produtos, sendo que o consumidor acaba por se satisfazer com a mesmice produzida em série.

Para João Pinto Furtado (1997), essa teoria destaca:

(...) o problema do *individualismo* que, supostamente, emerge como característico das sociedades industriais e pós-industriais, e ao qual estão associados problemas correlatos como os da supressão da cultura tradicional, seja ela popular ou erudita, e o suposto da degeneração do pensamento crítico. (FURTADO, 1997, p. 124)

Em suma, para a Escola de Frankfurt, a evolução da arte e sua apropriação pelo setor econômico, leva à banalização da mesma e, conseqüentemente, seu consumo por uma massa despreparada, perdendo, assim, sua autenticidade. No entanto, em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, Walter Benjamin (1994), em uma explicação mais ponderada, expõe que:

A massa é a matriz da qual emana, no momento atual, toda uma atitude nova em relação à obra de arte. A quantidade converteu-se em qualidade. O número substancialmente maior de participantes produziu um novo modo de participação. O fato de que esse modo tenha se apresentado inicialmente sob uma forma desacreditada não deve induzir em erro o observador. (BENJAMIN, 1994, p. 192)

Benjamin (1994) explica ainda que, embora “democratize” o acesso aos bens culturais, a reprodutibilidade faz com que a obra de arte perca um elemento único de sua existência enquanto obra original, elemento esse chamado por ele de *aura*. Para ele, apenas o objeto primeiro, a obra original, traz consigo essa “existência única” que detém uma carga histórica capaz de demonstrar as transformações sofridas por ela ao longo do tempo. Essa história da obra de arte “(...) constitui o conteúdo da sua autenticidade, e nela se enraíza uma tradição que identifica esse objeto, até os nossos dias, como sendo *aquele* objeto, sempre igual e idêntico a si mesmo” (BENJAMIN, 1994, p. 167). A obra industrialmente reproduzida pode, no entanto, possibilitar o surgimento de uma nova categoria de arte.

José Adriano Fenerick (2008), ao associar Indústria Cultural e globalização, diz que existe uma “relação intrínseca (...) entre o enfraquecimento da classe operária (em seu sentido clássico) e o advento dos novos meios de comunicação” (FENERICK, 2008, p. 125). Para ele, a globalização ocorre quando, com o enfraquecimento dessa classe operária, a expansão do capitalismo deixa de ser travada pelas organizações trabalhistas com tendências ideológicas socialistas. Como consequência da expansão capitalista, as grandes empresas multinacionais

expandem-se com facilidade formando “gigantescos e poderosos oligopólios da informação e do entretenimento” (FENERICK, 2008, p. 127). Ou seja, é quando surge a Indústria Cultural de abrangência global. É o que Pierre Bourdieu (1992) chama de “bens simbólicos”, quando é atribuído valor mercantil a um objeto artístico ou cultural, objeto esse que passa a ser tratado como mercadoria (BOURDIEU, 1992, p. 103).

A definição de comunicação de massa, na explicação de John B. Thompson (2002), em concordância com as teorias expostas anteriormente, “implica a mercantilização das formas simbólicas no sentido de que os objetos produzidos pelas instituições da mídia passam por um processo de valorização econômica” (THOMPSON, 2002, p. 33). Thompson (2002) conclui que “o desenvolvimento dos meios de comunicação se entrelaçou de maneira complexa com um número de outros processos de desenvolvimento que, considerados em sua totalidade, se constituíram naquilo que hoje chamamos de ‘modernidade’” (THOMPSON, 2002, p. 12). A mídia, expressão proposta por Thompson como mais adequada à antiga “comunicação de massa”, seria, portanto, um recurso inerente a toda e qualquer sociedade dita moderna.

Dentro desse aparato midiático da Indústria Cultural, que inclui outras formas e veículos de comunicação, encontra-se a Indústria Fonográfica, responsável pela produção dos produtos musicais. Com a formação de grandes conglomerados do entretenimento, muitas vezes uma mesma empresa responsável por grandes estúdios e gravadoras, também detém produção cinematográfica e de aparelhos eletrônicos para a reprodução dessas mídias. Sob essa ótica, sabe-se que “o entretenimento passou a ser digital e global, simultaneamente, num sistema interligado” (FENERICK, 2008, p. 129). Nas últimas décadas do século XX, insere-se à produção cultural os mesmos preceitos das grandes indústrias de outros segmentos, haja vista o contexto de globalização. Segundo José Adriano Fenerick (2008):

No plano do gerenciamento dos negócios desses grandes conglomerados empresariais da música, a receita que vem sendo adotada não difere em nada da aplicada por empresas de outros setores em tempos de globalização: investimento em alta tecnologia, demissão de funcionários, otimização dos lucros em função do barateamento dos custos de produção, etc. (FENERICK, 2008, p. 129)

Nessa mesma linha, Márcia Tosta Dias (2000) conclui que, com o desenvolvimento dos métodos de produção fonográfica:

O que se observa nesse final de século é a definitiva fragmentação do processo produtivo na grande indústria fonográfica, no qual serão terceirizadas, principalmente, as etapas de gravação, fabricação e distribuição física do produto, ficando nas mãos das transnacionais o trabalho com artistas e repertório, marketing e difusão. As grandes empresas transformam-se em escritórios de gerenciamento de produto e elaboração de estratégias de mercado. (DIAS, 2000, p. 17)

Dessa maneira, a música, no cerne da indústria cultural, é considerada e trabalhada como um produto, passando pelas etapas de produção e distribuição da mesma maneira que itens de outros segmentos, objetivando a venda e os lucros. Inseridos em uma conjuntura global de mercado, a indústria fonográfica no Brasil tem características próprias devido aos costumes, a carga cultural e as relações sociais específicas. Trata-se de um mercado de dimensões e características globais, com especificidades locais.

No âmbito da indústria cultural globalizada, os limites entre o nacional e o internacional tornam-se mal delineados, ou seja, as “regras” que definem o mercado em outros países, muitas vezes são as mesmas para o mercado nacional, observando, porém, as especificidades de cada local. Local e global então se desenvolvem em mútua contribuição. Os processos de globalização não implicam necessariamente em uma homogeneização da cultura mundial, com o conseqüente desaparecimento das culturas locais. Para Fenerick (2008), ao contrário, poderia haver, assim, uma valorização dessas últimas “que seriam difundidas pelo mundo (...) criando um diálogo entre o local e o global” (FENERICK, 2008, p.126). Em conformidade, Dias (2000) explica que “se a lógica do modo de produção é global, sua disseminação pelo mundo vai tomando e fazendo uso de referências e interesses locais” (DIAS, 2000, p. 38).

Com a expansão capitalista, e conseqüentemente da indústria do entretenimento, os meios de comunicação passam a ocupar espaço na vida cotidiana. Nesse caso, em concordância com Dias (2000), sabe-se que:

Meios como a televisão, reprodutores musicais, cinema, computadores e rádios tornaram-se, de certa maneira, elementos básicos da vida social,

adquirindo, frequentemente, *status* próximo ao dos “gêneros de primeira necessidade”, e não só de entretenimento e lazer. A telenovela, as séries televisivas, o telejornal, a publicidade, os hits, os *pop stars* e de tal forma as produções cinematográficas e seus subprodutos, entranham-se na vida, no cotidiano do cidadão comum e do mundo que lhe são, muitas vezes, considerados como elementos “naturais”. Essa relação de naturalidade que se estabelece entre consumidores e produtos é resultado da sutileza e da sofisticação alcançados pelos *media*, seu modo de produção e difusão. (DIAS, 2000, p. 20)

Em contraste com outras mídias, a música possui uma característica que a diferencia das demais. Ela pode existir e ser veiculada individualmente, enquanto música, através do rádio ou aparelhos eletrônicos, e pode ainda extrapolar esses limites, sendo veiculada através de telenovelas, filmes, propagandas, teatro, etc. A música interage e coexiste com as demais mídias e essa capacidade de interação faz com que ela seja ainda mais presente na vida das pessoas. Essa característica, importante para fundamentar a análise aqui proposta, demonstra a “onipresença” da música no cotidiano. Além de seu consumo em separado, a música acaba tornando-se um produto a ser consumido em conjunto com outras mídias, ampliando assim seu alcance.

No Brasil, a indústria fonográfica apresentou significativa expansão a partir da década de 1960, quando a produção musical passou por um fértil período, onde podemos destacar grandes nomes da MPB, como Caetano Veloso, Chico Buarque e Gilberto Gil, e o movimento da Jovem Guarda<sup>2</sup>. Nas décadas seguintes, o crescimento foi vertiginoso, tanto da produção quanto das vendas. Esse período coincide com os anos de governo militar (1964-1985) onde, embora permeados pela censura, o setor fonográfico se dilatou, em conjunto com outros segmentos que movimentavam a economia nacional. Sob o mesmo ponto de vista, Dias (2000) conclui que, “se a interferência da censura foi drástica do ponto de vista da criação artística, economicamente, a indústria do disco parece não ter sentido seus efeitos” (DIAS, 2000, p. 58).

Uma das vias para essa expansão do mercado fonográfico nacional, em termos econômicos, foi a venda e divulgação de artistas estrangeiros, ou de artistas

---

<sup>2</sup> A Jovem Guarda foi uma das primeiras manifestações do *rock* nacional e tem como expoente o cantor Roberto Carlos, à época um dos maiores vendedores de discos da indústria fonográfica brasileira. (N.A.)

nacionais que cantavam em inglês sob pseudônimos estrangeiros, o que, no entanto, não contribuiu para o crescimento da música popular brasileira, em termos de produção e valorização dos artistas nacionais, esses últimos fortemente limitados pela censura. A produção musical durante a ditadura militar apresenta uma característica muito importante para o entendimento daquele período: a estrita ligação com a política.

E, no entanto, em algum lugar e de algum modo, a música mantém com a política um vínculo operante e nem sempre visível: é que ela atua, pela própria marca do seu gesto, na vida individual e coletiva, enlaçando representações sociais a forças psíquicas. (WISNIK, 2000, p. 114)

A juventude das décadas de 1960 e 1970 ficou fortemente marcada pelo engajamento político e, no caso da juventude artística musical, pelas músicas de protesto ao regime autoritário. Napolitano explica que “como os artistas, jornalistas e intelectuais foram os únicos atores sociais que mantiveram algum espaço de liberdade de expressão após o golpe, a nova onda autoritária, pós AI-5, recaiu com especial vigor sobre eles” (NAPOLITANO, 2006, p. 100). O Ato Institucional Nº 5, assinado pelo então presidente Marechal Arthur da Costa e Silva (1967-1969), suspendeu as garantias constitucionais permanentemente e deu poderes quase ilimitados ao Executivo e, até a sua revogação, em 1979, foi base e justificativa legais para a punição de civis contrários ao regime. A partir do AI-5, a censura aos meios de comunicação foi acentuada e o combate aos opositores do governo também. Depois desse ano, muitos partidários de esquerda e manifestantes foram presos, torturados e alguns se exilaram para fugir das prisões e torturas. Maria Helena Moreira Alves explica que “(...) a consequência mais grave do Ato Institucional foi talvez o caminho que ele abriu para a utilização descontrolada do aparato repressivo” (2005, p.162). Foi quando a cena musical brasileira perdeu grandes nomes para o exílio.

Na década de 1970, o mercado de discos, nos moldes internacionais, tornou-se uma realidade no Brasil. Os padrões de produção, com todas as etapas que iam desde a concepção do produto até a distribuição, divulgação e comercialização, já eram rigorosamente seguidos. Grandes empresas multinacionais já tinham suas sedes ou parceiros aqui instalados, é o caso da EMI-Odeon, atual EMI Music. Nesse período, alguns novos estilos surgem para, juntamente com a tradicional MPB, dar sequência à cena musical nacional de protesto. É o caso do *rock*, cujo

principal nome era Raul Seixas e sua crítica aos valores sociais e ao milagre econômico, período de grande crescimento da economia brasileira, entre 1968 e 1973, possibilitado pela conjuntura econômica internacional. Havia ainda o conjunto Secos & Molhados, que mesclava “o melhor da poesia da MPB com a ousadia cênica e o clima instrumental do *rock* anglo-americano” (NAPOLITANO, 2006, p. 88).

A década de 1970 é o berço do *rock* nacional. Raul Seixas foi um dos primeiros artistas a produzir *rock* cantado em português e tinha como um dos principais motes a crítica às convenções sociais. Em “Ouro de Tolo”, por exemplo, Raul Seixas dizia que “devia estar feliz por ter conseguido comprar um Corcel 1973”<sup>3</sup>, carro que, na época, era o “sonho de consumo” de grande parte da sociedade. Napolitano explica que “para o jovem com mentalidade crítica que vivia no início dos anos 1970 restavam três opções: (...) a clandestinidade da guerrilha ou o chamado desbunde e a busca de uma vida “fora” da sociedade estabelecida” (NAPOLITANO, 2006, p. 83). O “desbunde”, então, seria o caso de Raul Seixas e seu ideal de sociedade alternativa.

Por volta do ano de 1978 iniciou-se uma significativa dissolução do apoio à ditadura militar e a volta progressiva da democracia. O governo do então presidente João Figueiredo (1979-1985) propôs uma abertura “lenta, gradual e segura”, com uma série de fases de liberalização, sempre dentro dos parâmetros militares impostos inicialmente. Nesse mesmo período, as mobilizações sociais, como as greves sindicais em favor da democracia foram significativamente acentuadas, exercendo forte pressão política.

Acompanhando as oscilações da economia nacional, a partir do início da década de 1980, os números expressivos de vendas, tanto de artistas nacionais como internacionais no Brasil, tiveram gradativo recuo. Conforme Dias (2000), “na década de 1980, os números do mercado fonográfico retratam a inconstância e a incerteza da vida econômica nacional” (DIAS, 2000, p. 77). A primeira metade da década de 1980 é marcada ainda pela instabilidade política, refletida na desaceleração da economia desde a segunda metade da década anterior, resultado de um lento

---

<sup>3</sup> In: SEIXAS, Raul. *Krig-Ha, Bandolo!* Rio de Janeiro: Philips, 1973. (28:52 min). Faixa 11 (2:51 min).

retorno à democracia, agravado pela insatisfação popular. O descontentamento popular tomou forma através da campanha das “Diretas Já”, que pedia pelo retorno às eleições diretas democráticas e se materializou em passeatas e protestos nas grandes cidades do país.

Em meados da década de 1980, com o surgimento de bandas de uma nova vertente do *rock* nacional, o mercado musical brasileiro apresenta melhora não muito expressiva, que se mantém até o final da década. Dentre as bandas que fizeram sucesso no período destacamos: Titãs, Paralamas do Sucesso, Legião Urbana, Engenheiros do Hawaii, Blitz e Cazuza, todos com vendagens expressivas e reconhecimento nacional. Em determinada ocasião, Renato Russo, líder da banda Legião Urbana, declarou:

O que eu sinto é que as pessoas não vêem exatamente o que está acontecendo e picham o *rock* brasileiro, mas, de certa forma, o *rock* brasileiro está dando uma força para as gravadoras, está fazendo circular o capital, que é uma coisa muito importante. (...) No Brasil, é justamente o sucesso de artistas dentro de uma determinada gravadora que abre caminho para outros artistas que têm propostas que não são tão comerciais. (RUSSO, 1985 Apud ASSAD, 2000, p. 115).

O *rock* brasileiro da década de 1980, representou para as gravadoras um breve momento de economia aquecida. A produção daquele período foi responsável por manter as vendas e os lucros estáveis, já que a economia brasileira passava por um período de estabilidade. O governo José Sarney (1985-1990) foi marcado pela política econômica visando o controle da inflação e pelas oscilações nesse mesmo mercado. Foi quando surgiu o Plano Cruzado, onde a moeda brasileira da época, o cruzeiro, foi substituída. Tal plano consistia, além da substituição do cruzeiro por uma moeda forte, no congelamento dos preços e das taxas de câmbio por tempo indeterminado, e dos aluguéis por um ano.

A estabilidade conseguida por um curto período foi ameaçada por uma nova onda de descontrole inflacionário que surgiu no final do governo Sarney. A segunda metade da década de 1980 representou a transição definitiva para um sistema democrático, que atingiu seu auge com a promulgação da Constituição de 1988, esta que por sua vez estabeleceu as diretrizes das eleições diretas para presidente em 1989. Com a instabilidade dos índices de inflação, seguida da eleição do Presidente Fernando Collor de Mello (1990-1992) e suas políticas econômicas

controversas, o mercado fonográfico e a economia nacional voltam a apresentar inconsistência. Fenerick (2008) ilustra que:

O desequilíbrio econômico do país, com sucessivos planos governamentais que não obtiveram êxito – o Plano Cruzado (1986) e os Planos Collor I e II (1990 e 1992 respectivamente) – associado à instabilidade política que culminaria com o *impeachment* do presidente Fernando Collor, jogou a indústria fonográfica nacional na mais grave crise que o setor já havia presenciado. (FENERICK, 2008, p. 131)

Logo que entrou em vigor, o Plano Collor foi duramente criticado por diferentes setores. Com o passar dos meses, as críticas se avolumaram. Sobre o plano em questão, Boris Fausto (2013) assim explica:

Pela surpresa e por seu alcance, a medida traumatizou a população brasileira durante anos. (...) A medida extrema, acompanhada de congelamento de preços e salários, do corte de gastos públicos e da elevação de alguns impostos, não produziu os resultados esperados. Ao final de 1990, já era claro que a inflação retomava impulso. (FAUSTO, 2013, p. 474)

Essa crise se arrasta até meados de 1994 quando, com a economia relativamente estável devido ao Plano Real do governo Itamar Franco (1992-1995), o mercado de discos se recupera, impulsionado pela “popularização de uma nova tecnologia: o *compact disc* (CD)” (FENERICK, 2008, p. 131). Percebemos aqui que, além de fazer parte de um amplo sistema mercadológico, que inclui outras mídias, a indústria fonográfica está intimamente ligada a outros veículos de entretenimento e informação, presente de maneira constante no cinema, na publicidade, nas novelas, no teatro, etc. Além disso, as oscilações do mercado fonográfico brasileiro do seu surgimento até a década de 1990, em termos econômicos, acompanharam a economia nacional, sendo, em certa medida, um termômetro das mudanças nesse campo.

Como uma fonte de pesquisa histórica, a música nos proporciona uma compreensão específica da vida em sociedade. Percebemos ainda que as nuances do setor econômico também se ligam à produção cultural, nesse caso à produção fonográfica. Assim sendo, cultural, social e econômico se desenvolvem em mútua contribuição e em debate com os panoramas históricos. De uma maneira geral, a produção de bens simbólicos dialoga com os acontecimentos no plano político e econômico, sobretudo aqueles que reverberam no plano social, situação típica dos

períodos de crise e”ou transição. A música pode ser assumida como ponto de partida para o entendimento de determinado período.

Herança significativa da Escola dos Annales, a ampliação das fontes de pesquisa permite que o historiador hoje caminhe entre diferentes linhas de investigação buscando nas mais diversas fontes, importantes referências para um entendimento da totalidade de determinado recorte estudado.

Naturalmente, é necessário que essa escolha ponderada de perguntas seja extremamente flexível, suscetível de agregar, no caminho, uma multiplicidade de novos tópicos, e aberta a todas as surpresas. (...) O explorador sabe muito bem, previamente, que o itinerário que ele estabelece, no começo, não será seguido ponto a ponto. Não ter um, no entanto, implicaria o risco de errar eternamente ao acaso. A diversidade dos testemunhos históricos é, já tive a oportunidade de indicar, quase infinita. Tudo que o homem diz ou escreve, tudo que fabrica, tudo que toca, pode e deve informar sobre ele. (BLOCH, 1996, p. 79)

As relações sociais e seus desdobramentos constituem importantes ferramentas para a investigação histórica. Ao se relacionar economia, sociedade e cultura, é possível que o historiador construa um sentido ampliado na análise do produto musical dentro da perspectiva de pesquisa histórica. Autores como Roger Chartier (2002), um dos precursores da História Social tal qual conhecemos hoje, já avaliava essa interação entre os diferentes campos históricos como complementares e importantes para o estudo dos diferentes sentidos da vida em sociedade.

Daí as tentativas para decifrar de outro modo as sociedades, penetrando na meada das relações e das tensões que as constituem a partir de um ponto de entrada particular (um acontecimento, importante ou obscuro, um relato de vida, uma rede de práticas específicas) e considerando não haver prática ou estrutura que não seja produzida pelas representações, contraditórias e em confronto, pelas quais os indivíduos e os grupos dão sentido ao mundo que é o deles. (CHARTIER, 2002, p. 177).

John B. Thompson (2002) associa a comunicação (ou produção cultural) às ações em sociedade e, para os estudos em torno dela, pondera que “se comunicação é uma forma de ação, a análise da comunicação deve se basear, pelo menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter socialmente contextualizado” (THOMPSON, 2002a, p. 20). Sobre as manifestações culturais, José Luiz dos Santos (2007) diz que “a principal vantagem em estudá-las é por

contribuírem para o entendimento dos processos por que passam as sociedades contemporâneas” (SANTOS, 2007, p. 26).

A produção cultural em determinado momento nos fornece uma visão particular e rica a respeito dele. A indústria da música é aceita como produtora de bens simbólicos, atua como agente histórico e abriga relatos singulares dos recortes históricos e das variantes sociais e econômicas. Em resumo, os produtos da Indústria Fonográfica quando associados aos balanços da economia e da sociedade e investigados sob critérios científicos, podem ilustrar e representar uma realidade histórica a partir de um ponto de vista particular. São fontes primárias de um campo histórico fértil e que, concordando com a aceção de Marc Bloch (1996) de fonte histórica, se formuladas as questões corretas, abastecem a pesquisa em História Social de discussões produtivas.

### **Referências**

ADORNO, Theodor W; HOKHEIMER, Max. *Indústria Cultural e Sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

ALVES, Maria Helena Moreira. *Estado e Oposição no Brasil (1964-1984)*. Bauru, SP: Edusc, 2005.

ASSAD, Simone (Org.). *Renato Russo de A a Z*. As idéias do líder da Legião Urbana. Campo Grande, MS: Letra Livre, 2000.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BLOCH, Marc. *Apologia da História*. São Paulo: UNESP, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1992.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia: De Gutemberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CHARTIER, Roger. *A beira da falésia*. Porto Alegre: Ed. Universidade UFRGS, 2002.

COELHO NETTO, José Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: Indústria Fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

DUNN, Christopher. *O momento tropicalista*. In: \_\_\_\_\_. *Brutalidade Jardim: a Tropicália e o surgimento da contracultura brasileira*. São Paulo: UNESP, 2008.

FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, EDUSP, 2013.

FENERICK, José Adriano. *A globalização e a Indústria Fonográfica na década de 1990*. In: *Revista ArtCultura*. Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 123-124 139, jan.-jun. 2008. Disponível em: [http://www.artcultura.inhis.ufu.br/PDF16/J\\_Fenerick.pdf](http://www.artcultura.inhis.ufu.br/PDF16/J_Fenerick.pdf).

FURTADO, João Pinto. *A música popular brasileira dos anos 60 aos 90: apontamentos para o estudo das relações entre linguagens e práticas sociais*. In: *Pós-história*. São Paulo: Assis-SP, 1997.

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

NAPOLITANO, Marcos. *A síncope das idéias: a questão da tradição na música popular brasileira*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

\_\_\_\_\_. *Cultura brasileira: Utopia e massificação (1950-1980)*. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. *História e Música*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

SANTOS, José Luiz dos. *O que é Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

WISNIK, José Miguel. *Algumas questões de música e política no Brasil*. In: BOSI, Alfredo (Org.). *Cultura brasileira: temas e situações*. Série Fundamentos. Editora Ática: São Paulo, 2000.

