

Introdução

O interesse em examinar as relações do empresário Frederico Figner com o mercado musical do Rio de Janeiro, no final do século XIX até o início da segunda década do século XX, surgiu a partir do contato com a obra *A Casa Edison e seu tempo*, de autoria do fotógrafo e colecionador Humberto Franceschi, durante o meu primeiro ano de mestrado em 2009. A obra foi publicada em 2002, por meio de uma parceria entre a Petrobrás e o selo Biscoito Fino que viabilizou a digitalização de parte de acervo documental e musical da Casa Edison. Acompanham o livro de 309 páginas, 4 cds com documentos variados da gravadora com arranjos musicais, cartas, cartazes, fotos, livros de registro de gravações, partituras e selos, e mais 4 cds com músicas restauradas de cantores e bandas do final do século XIX e início do XX, grande parte ainda inédita. A obra possibilitou aos leitores e pesquisadores o acesso às canções que estavam esquecidas bem como a audição sem ruídos, chiados e distorções. O acesso à documentação é outro ponto importante a ser ressaltado. Se antes da publicação o contato com a documentação da gravadora era praticamente inviável, dada a sua dispersão e o domínio privado, a digitalização e a disponibilização dos documentos permitiram aos pesquisadores um exame mais acurado para elucidar as relações estabelecidas entre a gravadora, o mercado musical, os músicos e os diversos ambientes da capital federal.

A partir do contato com a obra de Humberto Franceschi e a leitura de outros textos de autores que tematizam a produção musical da capital federal do final do século XIX e início do XX, notei que a Casa Edison aparecia nos textos apenas para ilustrar um argumento ou como pano de fundo para enfatizar a produção maior de cantores, músicos e intérpretes que nela registravam suas obras. A gravadora era considerada uma instituição quase inalcançável, responsável unicamente pela estruturação do mercado musical no Brasil, sem haver uma argumentação mais consistente e uma pesquisa aprofundada que levasse em conta seus trâmites e sua

atuação no mercado na relação com os músicos, a imprensa e os diversos espaços de entretenimento da capital federal. Tal situação instigou-me a selecionar e examinar a documentação à luz dos acontecimentos e das complexas relações do mercado musical à época, marcado, dentre outras coisas, pela expansão populacional, as transformações urbanísticas e sanitárias, pelos novos códigos de posturas municipais, pela expansão do mercado musical e dos espaços destinados ao entretenimento, formação de um público consumidor e o início da atuação das primeiras casas de gravação dedicadas ao comércio de mercadorias de bens de consumo, máquinas falantes e cilindros de cera com canções de gêneros musicais em voga nos Estados Unidos e na Europa.

Alguns elementos contribuíram para o meu interesse acadêmico em examinar a atuação da gravadora no mercado musical da capital federal e tê-la como objeto de pesquisa na dissertação. As principais indagações estavam voltadas sobre os motivos e interesses que levaram Frederico Figner, um tcheco naturalizado americano, a ter contato com as máquinas falantes e tomar a decisão de viajar para o Brasil para divulgá-las e, posteriormente, estruturar os seus investimentos no mercado musical do Rio de Janeiro. Pesquisas iniciais mostraram que os primeiros contatos de Figner com as máquinas falantes ocorreram no âmbito familiar, no momento em que seu irmão lhe apresentou as novidades técnicas modernas que possibilitavam a experiência única e inovadora de gravar a voz humana, reproduzi-la em um volume mais alto e para um número maior de pessoas. Em sua passagem pela Califórnia, Figner teve contato com os primeiros fonógrafos que funcionavam a pilha. Durante o período de 15 meses, excursionou pela América com seu cunhado com um único fonógrafo em visitas por diversas localidades para exibição e divulgação da novidade tecnológica. O desejo em vir para o Brasil partiu da sua conclusão de que o país poderia ser um mercado promissor para iniciar e estruturar os negócios com a música. O mercado americano já dispunha de lojas e empresas que comercializavam os cilindros e os fonogramas. A possibilidade de levar essa nova tecnologia para um novo mercado em expansão influenciou em sua decisão de instalar-se na capital federal.

Ao chegar ao Brasil no ano de 1892, o empresário percorreu inicialmente regiões do norte do país para exibir algumas máquinas falantes para depois partir para o Rio de Janeiro. Uma série de ações foi tomada por Figner para dar início aos seus negócios na capital federal. Ele procurou estabelecer acordos para importação de produtos de bens de consumo e cilindros com canções de gêneros musicais de sucessos à época e deu início, de forma rudimentar, aos primeiros registros em cilindros de cera das músicas de cantores brasileiros mais conhecidos na capital federal. No ano de 1900, o empresário editou o primeiro catálogo em seu nome com a relação dos produtos de bens de consumo, as gravações estrangeiras que comercializava e as primeiras gravações realizadas em solo brasileiro.

Os negócios e os acordos feitos por Frederico Figner começaram a moldar e a influenciar o comportamento do mercado, com os novos produtos de bens de consumo e a comercialização da música em um novo suporte musical. A entrada dessas inovações técnicas pouco a pouco transformou o hábito de ouvir música tocada em pianos, nos ambientes privados do recôndito familiar ou nos concertos musicais em espaços fechados, para dar espaço a uma nova forma de reprodução que permitia mobilidade, autonomia e a possibilidade de ouvir a música distante do seu local de produção. Esse processo gerou uma verdadeira revolução no mercado musical e nas relações entre músicos, casas gravadoras e o público consumidor.

Nesse complexo, heterogêneo e multifacetado cenário da capital federal na virada do século XIX para o século XX, as ações de Frederico Figner formam e transformam o mercado musical, mas elas também são moldadas e influenciadas pelo ambiente ao qual ele está inserido. A decisão em ter a capital federal como centro dos seus negócios e a escolha dos artistas responsáveis pelas primeiras gravações nos cilindros de cera e nas chapas de metais, apontam nessa direção. O mercado musical do Rio de Janeiro estava em expansão e os ambientes destinados ao entretenimento, como os teatros, chopes berrantes e *music halls*, ofereciam várias possibilidades de diversão e lazer. Alguns cantores de sucesso que gravaram suas canções pela Casa Edison já eram músicos reconhecidos nesses ambientes, pois circulavam por diversos

e heterogêneos espaços festivos para divulgar suas obras. Frederico Figner notou o potencial e o retorno que esse mercado poderia lhe oferecer e registrou as canções dos cantores de maior popularidade da capital federal. A divulgação de um suporte musical ainda pouco conhecido com canções de cantores e compositores que seriam mais facilmente reconhecidas pelo seu público era um meio de incentivar a compra das gravações e ter mais segurança quanto ao retorno financeiro dos negócios.

Eduardo das Neves é um exemplo que ilustra o processo de troca, diálogo e comunicação que caracterizou as relações no mercado musical da capital federal. A trajetória do cantor é marcada pela circulação e tensões que caracterizavam as carreiras dos músicos no final do século XIX. Dudu das Neves era soldado do Corpo de Bombeiros. Sua entrada no meio artístico iniciou-se no circo com o personagem Palhaço Negro. Durante os espetáculos ele apresentava com seu violão suas composições de diversos gêneros musicais. O circo foi responsável pela sua projeção para outros espaços musicais e de entretenimento. Ele viajou com companhias teatrais por vários estados brasileiros, organizou e divulgou sua obra nas coleções musicais da Livraria Quaresma e apresentou-se nos teatros do renomado empresário do ramo de entretenimento da capital federal, Paschoal Segreto. A estratégia de Frederico Figner em ter Eduardo das Neves na relação dos primeiros cantores que registraram suas canções em um novo suporte musical respondia aos seus anseios em fazer um bom negócio, ao lançar no mercado um novo suporte musical com canções de um renomado cantor. Figner soube dialogar e ter uma refinada visão do complexo e heterogêneo mercado ao qual ele estava inserido para iniciar e expandir os negócios.

Para examinar a produção e o mercado musical da capital federal a partir do final do século XIX, dois autores serviram para nortear as reflexões metodológicas. Ciente dos limites e das críticas acerca do referencial teórico desenvolvido por Theodor Adorno e Max Horkheimer sobre o conceito de indústria cultural, acredito que os argumentos e as questões que estruturaram as suas bases de argumentação sejam relevantes para examinar o perfil e as particularidades do mercado fonográfico brasileiro em vias de formação e estruturação. Optei pelo uso da expressão mercado

fonográfico por acreditar que ela ofereça a possibilidade de abrir o debate para as especificidades e as múltiplas e complexas realidades que envolvem o cenário musical da capital federal no período. Para complementar e aprofundar as questões abordadas pelos dois autores, Walter Benjamin será outro importante interlocutor por meio da sua reflexão sobre os impactos e os efeitos que a reprodutibilidade técnica exerce sobre a obra de arte, ao examinar questões como a sua reprodução, a percepção coletiva e os métodos e as técnicas de registro.

Ao operar com o conceito de mercado fonográfico, vou de encontro aos que afirmam que a restrição, a impossibilidade e as dificuldades da formação eram as principais características desse mercado no início do século XX. A dissertação defende a hipótese de que o mercado musical da capital federal estava em plena expansão, aberto para novas experimentações e acordos; em início de formação de uma rede de negócios que envolvia empresários, cantores, compositores, bandas, poetas, músicos, consumidores em diversos estados brasileiros e empresas multinacionais; em busca da formação de uma rede de divulgação de mercadorias nas mídias disponíveis à época; em constante diálogo para firmar acordos com empresas multinacionais para transferência de mercadorias e para negociar a comercialização de produtos de bens de consumo e a venda dos catálogos musicais de artistas estrangeiros. Foram esses primeiros passos que contribuíram para a estruturação e a expansão dos negócios no mercado musical para diversos ambientes da capital federal e demais estados brasileiros.

Na estruturação dos argumentos da dissertação, os textos de alguns autores com os quais dialogo vão ao encontro dos interesses e das particularidades desse trabalho. Ao mapear a produção bibliográfica que tivesse a Casa Edison como objeto principal de análise, identifiquei poucas obras que abordam o tema de forma exclusiva. O caminho adotado foi o de utilizar autores que tematizam a capital federal na virada do século XIX para o século XX em suas obras, como Carlos Sandroni, Nicolau Sevchenko, Leonardo Affonso de Miranda, Margarida de Souza Neves e Maria Clementina Pereira Cunha. O diálogo com a produção musical na capital

federal ocorreu com autores que produziram recentes reflexões sobre a história social da música a partir do ano 2000. O grande número de dissertações e teses é um indício de uma nova fase na qual os estudos sobre os diferentes aspectos do cenário musical brasileiro têm crescido e aos poucos conquistam seu espaço nos projetos de pesquisa dos programas de pós-graduação das universidades brasileiras. Esse conjunto de obras possibilitou examinar o mercado musical de forma mais ampla, complexa e heterogênea, e perceber que os múltiplos e diversificados sujeitos influenciam e são influenciados pelos variados espaços de diversão e sociabilidade. Essa conclusão foi imprescindível para examinar as ações da Casa Edison e as múltiplas relações estabelecidas entre Frederico Figner e os diversos e heterogêneos indivíduos e ambientes da cidade.

A documentação analisada na dissertação sublinha a diversidade de publicações, cartas e acordos produzidos pela Casa Edison para estruturar e ampliar a sua presença no mercado musical brasileiro. Esse conjunto diverso e complexo de fontes primárias mostra também o início da profissionalização do mercado musical. Novos instrumentos foram criados para mediar a relação entre os autores das obras e os empresários com o uso de acordos, contratos de venda de direitos autorais e a ampliação das funções dos donos das gravadoras, que pouco a pouco passaram a exercer a função de empresários modernos que negociam e controlam a agenda de shows, a divulgação das obras e o salário dos cantores contratados.

Para examinar os diversos documentos, o primeiro passo foi selecioná-los de acordo com a sua natureza entre as cartas, os catálogos, os suplementos de divulgação e as cessões de direitos autorais. Feita a primeira etapa, o passo seguinte foi o de ordenar a documentação conforme o seu ano de produção, que compreendia o período de 1900 a 1913. A etapa mais complexa foi a de examinar cada documento, suas particularidades e as épocas a que eles pertenciam para montar o quebra-cabeça e examinar o cenário, as relações e negociações estabelecidas pela Casa Edison.

A documentação foi uma fonte importante para avaliar a expansão da gravadora, suas formas de atuação e estruturação no mercado, as negociações entre os cantores, músicos e poetas e o momento de transformação de uma cidade que dá os primeiros passos para estruturar o seu mercado fonográfico. Durante exame, uma série de desafios foi colocada, como a avaliação das suas condições de publicação, a análise sobre o seu local de produção, os seus diferentes formatos, seu local de distribuição e o público destinatário. A escolha das perguntas que guiam a análise dos documentos é importante para sair em busca de pistas e auxiliar na reconstituição do cenário e do enredo aos quais o objeto está inserido, etapa fundamental para estruturar a base de argumentação.

Para avaliar a produção, a relação e a atuação da casa Edison com o mercado musical brasileiro, três capítulos examinam o período de fundação e estruturação dos negócios de Frederico Figner, que se inicia no final do século XIX, seguido da fase de fundação da Casa Edison e as negociações para a construção da primeira fábrica de discos em território brasileiro no ano de 1913.

O primeiro capítulo analisa a situação do mercado musical do Rio de Janeiro no final do século XIX, momento marcado pela chegada de Frederico Figner ao Brasil. Esse período é caracterizado pela presença de um grande comércio de partituras para piano, sobretudo de óperas italianas, e pela existência de um mercado lítero-musical em expansão. Esse mercado era comandado por importantes livrarias de destaque à época, como a Livraria do Povo e a Quaresma. A publicação da obra intitulada *O trovador da malandragem* com modinhas, lundus e maxixes, gêneros musicais de sucesso na capital federal, chegou a alcançar sete reedições, cada uma com um total de 10.000 exemplares. Esse número mostra a existência de um amplo mercado consumidor dessas publicações. Cantores que posteriormente vieram a gravar suas canções nos primeiros discos da Casa Edison, como Catulo da Paixão Cearense e Eduardo das Neves, participaram da elaboração e divulgação das suas obras nessas publicações.

O mercado musical era formado por uma rede complexa de contatos e negócios. Outros espaços e atores exerceram papéis importantes para a expansão desse mercado na capital federal. Em espaços coletivos como o dos circos, dos salões musicais e dos teatros de revista, e por meio de indivíduos como os pianeiros e os modinheiros, a música se propagava e se difundia. Analisar o papel de cada sujeito e dos múltiplos espaços dessa complexa rede é importante para examinar as estratégias, tensões, diálogos e conflitos entre esses personagens e os ambientes festivos da capital federal, e o cenário ao qual Frederico Figner estruturava os seus negócios.

A entrada dos fonógrafos importados no Rio de Janeiro provocou uma grande transformação no mercado musical da capital federal. A produção musical estava voltada para o comércio de partituras para piano. Comercializar cilindros de cera para serem reproduzidos nos fonógrafos implicava em transformar os hábitos da população em ouvir e consumir música. A entrada das máquinas falantes deu mais autonomia à música que passou a ser executada em diferentes espaços e consumida por um público maior e mais diversificado. Avaliar os impactos da nova tecnologia de reprodução musical no mercado e nos ambientes festivos da capital federal, e as estratégias de empresários como Frederico Figner para importar, divulgar e criar o hábito para seu consumo são fundamentais para examinar o comportamento e as transformações ocorridas no ambiente musical brasileiro no início do século XX.

O segundo capítulo aborda um período de intensas transformações no mercado musical do Rio de Janeiro durante os dois primeiros anos do século XX. Foi publicado o primeiro catálogo em nome de Frederico Figner com a relação dos produtos de bens de consumo, dos gêneros estrangeiros e das músicas de cantores brasileiros gravadas por ele; a Casa Edison foi criada e teve o seu primeiro catálogo publicado; foi criado o Jornal *Echo Phonographico* para divulgar e explicar a nova arte fonográfica e despertar no público o interesse pela nova tecnologia; Figner deu início ao processo de estruturação e expansão de uma rede de comércio para além da capital federal para alcançar outros mercados por meio de uma rede de filiais e vendedores em diversos estados brasileiros; foi um período de intensa troca de

correspondência entre o empresário e a empresa alemã *International Zonophone Company* para fornecer tecnologia e iniciar às primeiras gravações mecânicas em território brasileiro, que começaram no mês de janeiro de 1902. O exame dessas mudanças é importante para desvendar os processos que envolveram a implantação das novas formas de registro musical, na formação de um novo público consumidor e o impacto que o início das gravações mecânicas na capital federal trouxe para o mercado, os cantores, as gravadoras e para os consumidores. Tais transformações apontam para o início de uma nova fase na qual pouco a pouco o hábito de consumir música modifica-se e as máquinas falantes e os novos suportes musicais começam a ganhar espaço e a ampliar sua presença em diferentes ambientes e territórios.

O terceiro capítulo da dissertação examina o período que abrange o final da primeira década e os primeiros anos da segunda década do século XX. Esse momento é marcado pela expansão do mercado consumidor e o aumento do número de acordos com empresas multinacionais, e pela estruturação e ampliação dos negócios da Casa Edison que culminou com a fundação da Odeon no ano de 1913, primeira fábrica de discos do Brasil sob a responsabilidade de Frederico Figner. O exame dos impactos e da influência que o aumento do número de discos trouxe para o mercado musical mostra um novo período no qual novas formas de produção, divulgação e de negociação entre empresário e cantores são adotadas.

Durante a segunda década do século XX, Frederico Figner negociou e comprou os direitos autorais de um grande número de músicas, arranjos, composições e poesias. O exame dos termos de cessão dos anos de 1911, 1912 e 1913 mostra as características particulares que envolvem esse tipo de negociação. Para analisar os 348 documentos desses três anos, os dados foram separados e digitados em uma planilha para examinar quais foram os maiores e os menores valores pagos aos músicos pelas suas obras e verificar a existência de um valor médio entre os documentos pesquisados. A próxima etapa consistiu em pesquisar na trajetória desses músicos e na sua relação com o mercado pistas que apontassem para os motivos pelos quais os mesmos negociaram suas obras pelos valores em questão e os interesses dos

compositores, músicos, poetas e empresários envolvidos nas transações. Os valores acertados dependiam do tipo de canção, do sucesso do cantor na capital federal ou nos mercados regionais e da qualidade das composições. A pesquisa procurou verificar também, por intermédio dos documentos das cessões de direitos autorais do ano de 1913, se a fundação da fábrica da Odeon e o aumento na produção do número de discos impactaram os valores pagos.

A dissertação tem por objetivo mostrar como as atividades e os negócios de Frederico Figner e da Casa Edison foram cruciais para iniciar o processo de formação e estruturação do mercado fonográfico brasileiro. Os impactos provocados pela entrada dos fonógrafos e gramofones, com o início das gravações mecânicas, com a tentativa em criar e expandir uma rede de comércio que cobrisse a maior parte do território nacional, e as negociações com as empresas multinacionais do ramo fonográfico marcaram profundamente as estruturas do mercado musical no Brasil e serviram para construir as bases para expansão e início do processo de consolidação do mercado fonográfico brasileiro.

2

A capital cultural: o mercado musical e de diversões do Rio de Janeiro no final do século XIX e início do XX

“Quem acreditará que o Rio de Janeiro do começo do século teve uma vida noturna, relativamente muito mais ativa, muito mais ruidosa e, sobretudo, muito mais alegre que de nossos dias?”.

Luiz Edmundo

“Os músicos vieram todos! Não perde a cidade os seus foros de musical – o Rio, onde tudo é música, desde a poética da música dos beijos à decisiva música de pancadaria”.

João do Rio

Na passagem do século do século XIX para o XX, a cidade do Rio de Janeiro vivia um momento de intensa movimentação cultural ocasionado pela expansão de novas opções de entretenimento, como os cinemas, teatros, cafés-concerto, casas de chope¹, circos e teatros, que associavam a diversão e o lazer aos gêneros musicais em voga na cidade. A capital federal presenciou a chegada de grupos estrangeiros e de novos produtores, técnicos, diretores, instrumentistas e demais profissionais associados ao mundo dos divertimentos, e a estruturação de grupos teatrais nacionais e de espetáculos musicais e de dança. O Rio de Janeiro era o ambiente mais cosmopolita do país, a cidade brasileira em que a diversidade de ritmos musicais era mais intensa. Nesse cenário repleto de novidades, de trocas aceleradas de informações e possibilidades visíveis de negócios, surgem novos cantores, compositores, músicos e empresários

¹ As casas de chope, também conhecidas como chopos berrantes, eram pequenos teatros ao ar livre, com palco para apresentação de cantores. O Teatro Jardim Concerto da Velha Guarda, localizado no Largo da Carioca, e o Teatrinho do Passeio Público eram os de maior destaque, frequentados predominantemente pelo público masculino. As apresentações dos cantores eram gratuitas, bastava o público pagar uma taxa para consumação de cerveja. A partir do final do século XIX, várias cervejarias começaram a instalar-se no Brasil e associar-se aos espaços de diversão. Para popularizar a bebida e consolidar a sua marca, a Brahma investiu na divulgação e no comércio da bebida nas casas de chopos.

atentos às múltiplas formas e espaços destinados à diversão e ao lazer que a capital federal oferecia e ainda estava por oferecer.

No início do século XX, a cidade-capital da República e “*vitrine do país*”² foi alvo de um “*projeto moralizador e autoritário*”³ que promoveu profundas alterações em sua fisionomia e estrutura interna, ao adotar posturas e normas excludentes pautadas nos ideais positivistas da ordem e do progresso e intervir em áreas insalubres e pantanosas com o objetivo de modernizar a cidade⁴. Para as autoridades colocarem em prática o que Walter Benjamin define como “*embellissement stratégique*”⁵ [embelezamento estratégico], foi elaborado um plano para, simultaneamente, modernizar o porto, sanear a cidade e dar início a uma reforma urbana, por meio da demolição do que era considerado obsoleto e impedia o desenvolvimento da cidade. O porto da cidade, “*principal porto de exportação e importação do país e o terceiro em importância no continente americano, depois de Nova York e Buenos Aires*”⁶, foi remodelado para receber embarcações maiores e parte de sua enseada foi aterrada. Os antigos casarões localizados na área central da cidade, tipo de moradia que concentrava grande número de pessoas, foram demolidos, processo que desalojou milhares de pessoas e alterou profundamente o cotidiano de vida da população. A estrutura viária, grande parte herdada do período colonial, foi expandida com a abertura de novas ruas e avenidas. A etapa final da chamada Regeneração ocorreu no ano de 1904 com a inauguração da Avenida

² Nicolau SEVCENKO. “O prelúdio republicano, astúcias da ordem e ilusões do progresso”. IN: *História da vida privada no Brasil 3. República: da Belle Époque à Era do Rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 22.

³ Jaime BENCHIMOL. “Reforma urbana e Revolta da Vacina na cidade do Rio de Janeiro”. IN: Jorge FERREIRA; Lucilia de Almeida Neves DELGADO. *O Brasil Republicano 1. O tempo do liberalismo excludente. Da Proclamação da República à Revolução de 1930*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. p. 264.

⁴ É apropriada a definição de modernidade de Zygmunt Bauman. Para ele, “*pode-se definir modernidade como a época, ou o estilo de vida, em que a colocação em ordem depende do desmantelamento da ordem ‘tradicional’, herdada e recebida; em que ‘ser’ significa um novo começo permanente*”. Cf. Zygmunt BAUMAN. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. p. 20.

⁵ Walter BENJAMIN. “Paris, Capital do século XIX”. IN: *Walter Benjamin*. São Paulo: Ática, 1985. p. 42.

⁶ SEVCENKO. Op. cit.

Central, “*travestida de Paris tropical*”⁷, palco aberto por excelência para o consumo livre e desenfreado. A capital federal modernizada e reformada permitiu aos estrangeiros, aos que circulavam e aos líderes políticos “*acreditar que o Brasil – nela metonimizado – havia finalmente ingressado na era do progresso e da civilização*”⁸, apesar de revelar-se uma “*cidade em trompe l’oeil*”⁹.

As reformas urbanas e sanitárias na capital federal não modificaram apenas a paisagem e a arquitetura da cidade do Rio de Janeiro. Elas também

*“influenciavam os hábitos das pessoas, os novos empreendimentos que surgiam, o vestir-se e todo o dia-a-dia da população. Influenciaram também o ramo das atividades culturais. Cafés-concerto, cervejarias, teatros, cinemas, casas de apostas, parques e outros tipos de diversões começavam a surgir e a penetrar de maneira intensa no cotidiano do morador da capital”*¹⁰.

Três mercados destacaram-se nessa rede simbólica de trocas e circulação, sobretudo pelas possibilidades de expansão e de negócios: o mercado de publicações lítero-musicais, o mercado musical e o fonográfico. Para uma cidade com alta taxa de crescimento populacional¹¹ e que vivia sob a égide de um radical projeto civilizador que almejava e tinha a pretensão de ser Paris e entrar no *hall*, superior e imaginário, do progresso, esses mercados despontavam como promissores. Três empresários conseguiram obter êxito, destaque e sucesso ao investirem os seus capitais em negócios centralizados no Rio de Janeiro: Pedro Quaresma com a sua Livraria do Povo, Paschoal Segreto com seus diversos empreendimentos no mercado de

⁷ Margarida de Souza NEVES. “Os cenários da República. O Brasil na virada do século XIX para o século XX”. IN: FERREIRA; DELGADO. Op. cit. p. 17.

⁸ Idem. Ibidem. p. 40.

⁹ A autora associa as reformas na capital federal à chamada pintura em *trompe l’oeil*, técnica francesa capaz de criar ilusões de imagens que os olhos pensam serem reais. Cf. Margarida de Souza NEVES. “Uma capital em *Trompe L’ Oeil*. O Rio de Janeiro, cidade-capital da República Velha”. IN: MAGALDI, Ana Maria; ALVES, Cláudia; GONDRA, José Gonçalves (Orgs.). *Educação no Brasil: História, cultura e política*. Bragança Paulista: EDUSF, 2003. p. 281.

¹⁰ Cf. William de Souza Nunes MARTINS. *Paschoal Segreto: “Ministro das diversões” do Rio de Janeiro (1883 - 1920)*. Dissertação de Mestrado: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004. p. 41.

¹¹ A segunda metade do século XIX foi marcada pela diáspora baiana, fluxo migratório que trouxe para a capital federal os negros alforriados, fugidos ou que retornaram da Guerra do Paraguai. Após a abolição, este fluxo intensificou-se. Em 1872, a população da cidade do Rio de Janeiro era de 274.972 habitantes. Em 1900, esse número quase triplicou, com um total de 691.565 habitantes. Cf. *NOSSO Século. Volume 1*. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 12.

entretenimento e Frederico Figner com o comércio de máquinas falantes e a primeira gravadora de chapas, cilindros e discos do Brasil, a Casa Edison. Analisar a trajetória, a atuação, as estratégias e as negociações desses três empresários é revelador dos seus olhares atentos para o mercado e para as possibilidades em transformar os ambientes destinados à diversão e os gêneros musicais em negócio, por meio das novas configurações que esse processo trouxe para o circuito cultural da capital federal.

Desde a segunda metade do século XIX, a metrópole era palco da expansão de novas formas de reprodução de bens culturais. O comércio de livros era bastante dinâmico e intenso na cidade do Rio de Janeiro. Uliana Ferlim, em sua pesquisa sobre as modinhas na capital federal no final do século XIX¹², assinala que entre os anos de 1870 a 1900, um total de 121 empresas tinham como principal atividade o comércio de livros, o que “*atesta a intensa movimentação urbana e um crescente público [consumidor] de diferentes gostos literários*”¹³. A rua do Ouvidor¹⁴, a mais famosa da época por ser vitrine da modernidade e de entrada das inovações que chegavam da Europa e dos Estados Unidos, concentrava as mais famosas e nobres livrarias, como a Garnier e a Laemmert. Surgem novas publicações dedicadas a refletir e servir como veículo de divulgação da música de cantores e compositores brasileiros. Por meio dessas novas formas de bens culturais, “*autores e espaços sociais começam a se desenvolver num intercâmbio acelerado de informações, causando confusão e conflitos em novos campos abertos para a legitimidade social*”¹⁵.

As livrarias exerceram importante papel na divulgação e ampliação da música e dos artistas brasileiros, ao publicar coleções com canções e poesias. Esse mercado estava em grande expansão e em avançado processo de estruturação, dada a existência de um crescente público consumidor e de uma rede de contatos formada

¹² Cf. Uliana Dias Campos FERLIM. *A polifonia das modinhas: diversidade e tensões musicais no Rio de Janeiro na passagem do século XIX ao XX*. Dissertação de Mestrado: Universidade Estadual de Campinas, 2006. Agradeço ao Professor Leonardo Affonso de Miranda pela indicação da obra.

¹³ Idem. Ibidem. p. 15.

¹⁴ A estreita rua era local de distinção e discriminação social devido à proibição da presença e a circulação de pessoas descalças, clara exclusão aos pobres e ex-escravos.

¹⁵ FERLIM. Op. cit. p. 99.

entre as livrarias, cantores, o público e os diferentes espaços destinados ao entretenimento na cidade. Algumas edições foram especialmente importantes pela publicação das canções e das biografias dos músicos que eram destaque em cada edição, o que contribuía para divulgar os cantores e as suas obras para um público mais amplo e para diferentes espaços da capital federal. Em alguns casos, a repercussão de algumas coleções alcançou tamanho sucesso que foram alvos de várias reedições. Conhecer a rede de circulação, publicidade e negócios em torno dessas obras e das livrarias torna-se peça fundamental para examinar as características e o funcionamento do mercado musical na capital federal anterior ao processo de registro sonoro em suportes físicos, iniciado com a entrada dos meios técnicos que o viabilizaram no Brasil. O registro mecânico das músicas não nasceu apartado e distante do cenário cultural existente, pois foi no contato, diálogo e na interação com esse mercado que ele buscou firmar suas bases estruturais. A relação entre esses dois cenários mostra que as estratégias adotadas por Frederico Figner para o setor musical estavam intimamente sintonizadas com o cotidiano do mercado cultural da cidade, sobretudo os gêneros musicais, canções e artistas que despontavam nos múltiplos ambientes festivos e de entretenimento.

Por volta de 1880, uma importante publicação para as atividades musicais começa a ser editada no Rio de Janeiro, a *Revista Musical e de Belas Artes*, espécie de “*semanário artístico que trazia biografias de músicos, história dos instrumentos (...) e alguns suplementos musicais onde publicou-se algumas peças*”¹⁶. O foco da revista era o debate acerca do desenvolvimento das atividades musicais no Brasil, por meio da avaliação e do caráter pedagógico exercido pelo ponto de vista de intelectuais a respeito de questões que envolviam os gêneros musicais. Apesar da sua curta duração, de janeiro de 1879 a dezembro de 1880, intensos debates musicais foram travados, inclusive com a participação de influentes colaboradores, como André Rebouças, o visconde de Taunay e Oscar Guanabara.

¹⁶ Idem. Ibidem. p. 10.

Além das revistas, algumas publicações foram veículos fundamentais para a divulgação de artistas e das suas obras. Na década de 1870, a livraria Garnier, de grande destaque e prestígio no comércio e na venda de livros na capital federal, edita em três volumes a obra *A cantoria brasileira*. Com autoria e reflexões de Joaquim Norberto de Sousa Silva, poeta e historiador do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB), a obra reunia modinhas, recitativos, hinos, canções e lundus e tinha a intenção de ser “*uma coleção do que mais representativo pudesse haver de canções brasileiras*”¹⁷, sobretudo por publicar canções e poesias de artistas e compositores famosos da época, como Almeida Garret, Eduardo Villas Boas e Gonçalves Dias. Uliana Ferlim assinala que a obra atribuía à coleção musical reunida um caráter tipicamente nacional, sobretudo por ser elaborada e conter reflexões sobre a produção musical brasileira “*por parte de um membro do IHGB, (...) [o que deixa claro] a intenção premente de se pensar o caráter nacional em música*”¹⁸. A obra foi modificada e reeditada por Alexandre José de Mello Moraes Filho e relançada pela Garnier no ano de 1901. Seu título foi alterado para *Serenata e saraus - coleção de autos populares, lundus, recitativos, modinhas, duetos, serenatas, barcarolas e outras produções brasileiras antigas e modernas* para ampliar os gêneros musicais tratados pela obra. A preocupação dos autores nessas publicações era a de pensar a produção musical no Brasil a partir dos gêneros e artistas locais, na tentativa de definir um repertório de canções, poesias e de artistas tipicamente brasileiros, o que para Uliana Ferlim sublinha como influência do romantismo da segunda metade do século XIX.

O mercado para as atividades literárias estava em crescente expansão no final do século XIX no Rio de Janeiro. Os livreiros foram personagens importantes para a ampliação desse mercado. Alguns dedicavam-se à compra e à venda de livros e também realizavam as suas edições e impressões. Um personagem de destaque no cenário literário e musical da época foi o livreiro Pedro da Silva Quaresma. Dono da Livraria do Povo, a partir de 1890, ele deu início à edição e à comercialização de

¹⁷ Idem. Ibidem. p. 20.

¹⁸ Idem. Ibidem.

vários títulos que abordavam desde assuntos culinários até um curioso manual com técnicas para conhecer o caráter das mulheres.

O livreiro e editor Pedro Quaresma, atento ao efervescente mercado musical da capital federal,

“descobriu um filão do mercado editorial e organizou uma série de obras populares, que eram conjuntos de canções, e deu o título a esta série de Biblioteca do Povo. De preço bem acessível, a maioria custava 1\$000 ou 2\$000 (o equivalente ao preço de um jornal diário), pareciam livros de cordel, tanto pela qualidade do papel quanto pelo tamanho”¹⁹.

Apesar da variedade de títulos e assuntos, o livreiro dedicou grande parte das coleções editadas pela Livraria do Povo às modinhas. Algumas dessas publicações alcançaram sucesso de vendas e de aceitação por parte do público. Alguns artistas oriundos do circo também participavam da elaboração desses livretos de música. Após excursão circense realizada pelo Brasil entre 1902 e 1903, a Livraria Quaresma publicou *O Trovador da Malandragem*, coleção de diversos gêneros musicais de sucesso na capital com modinhas, lundus e maxixes, “último lançamento do popularíssimo [palhaço] e cantor Eduardo das Neves”²⁰, que chegou a alcançar a tiragem de sete edições de 10.000 exemplares cada²¹. O sucesso dessas publicações é atribuído à presença de cantores e gêneros musicais que estavam em evidência na capital federal e ao seu formato. Os pequenos livretos de preço bastante acessível mostram a visão de mercado de Pedro Quaresma. Diferentes das obras mais sofisticadas com reflexões de literatos renomados publicadas em grandes coleções pelas livrarias Garnier e Laemmert, o formato adotado nessas publicações facilita o manuseio e o transporte, o que contribui para sua maior divulgação e circulação pela cidade, inclusive entre setores iletrados da sociedade que podem ter acesso ao conteúdo da obra por intermédio da sua leitura em voz alta.

¹⁹ Idem. Ibidem. p. 16.

²⁰ Idem. Ibidem. p. 17.

²¹ Uliana Ferlim assinala que o sucesso de Pedro Quaresma no mercado livreiro da capital federal pode ser medido pelo capital da empresa, que passou de 40 para 200 contos de réis em apenas cinco anos. IN: Idem. Ibidem.

As revistas e publicações em circulação na segunda metade do século XIX, sobretudo a coleção da Livraria do Povo, sinalizam para a diversidade de gêneros lítero-musicais que estavam em voga na capital federal. O processo de seleção do repertório e dos artistas mostra que a popularidade dos poetas, músicos e intérpretes era a condição primeira para serem escolhidos para participarem das coleções. Cantores e compositores de destaque no cenário musical fluminense, que posteriormente foram contratados por Frederico Figner para gravarem suas músicas pela Casa Edison, já marcavam presença e faziam sucesso no mercado literário com obras dedicadas à música. Dentre os cantores e intérpretes participantes, três grandes autores de modinha destacaram-se nas coleções, compuseram e organizaram alguns volumes da Livraria do Povo: Catulo da Paixão Cearense, Eduardo das Neves e Xisto Bahia. Uliana Ferlim assinala que a presença de autores de diversas origens sociais na organização dessas coleções indica “*um amplo filão de mercado que (...) pretendia [-se] atingir, para além de uma elite cultural*”²². Diferente das obras da Livraria Garnier ou da *Revista Musical e de Belas Artes*, destinadas a um debate mais elaborado e circunscrito a uma elite letrada, as coleções da Livraria do Povo mesclam a presença de poetas considerados cultos e de autores que transitavam por amplos espaços culturais, para além das distintas rodas literárias. Pedro Quaresma teve o olhar atento ao juntar em suas publicações artistas de diferentes esferas da sociedade que faziam sucesso em diversos espaços da capital federal.

Com o sucesso da produção musical e literária da Livraria do Povo, surgiram novas livrarias que produziram obras semelhantes com repertório dedicado às modinhas. A Livraria Cruz Coutinho, uma das concorrentes da Livraria Quaresma, editou em 1900, sob a organização de Mello Moraes Filho, a obra *Cantares brasileiros*, um cancionero que trazia uma “*coleção de canções em voga no Rio de Janeiro no quarto centenário do descobrimento do Brasil*”²³. A obra foi publicada em dois volumes, o primeiro dedicado à parte poética e o outro volume com a parte musical das canções selecionadas. Esse cancionero traz algumas inovações e

²² Idem. Ibidem. p. 22.

²³ Idem. Ibidem. p. 31.

confirma a abertura de novos espaços e publicações no ambiente musical da cidade para artistas oriundos das camadas menos abastadas da sociedade, como Catulo da Paixão Cearense, e para divulgação de cantoras como Rosita Fernandes, Maria Norberta, Adalgisa Pontes, Eulina Rocha, Manuela Bahia, “*provavelmente pertencentes ao mundo dos teatros de revistas, onde os lundus e maxixes buliçosos faziam sucesso*”²⁴.

As publicações dos cancioneiros possibilitavam a circulação de um repertório de letras e melodias aberto aos mais diversos usos e interpretações. Fernando Mencarelli, em sua obra²⁵ sobre o teatro musical na cidade do Rio de Janeiro entre os anos de 1868 e 1908, assinala que os cancioneiros eram publicados na capital federal desde a década de 1860. Seus repertórios eram variados, formados por coleções de modinhas, sobretudo as mais famosas, lundus, monólogos e outros gêneros. Eles eram consumidos e direcionados para

*"as reuniões nos salões e também para os seresteiros, amantes da música que se apresentavam nas ruas. (...) As publicações eram relativamente acessíveis, pois custavam em geral entre 1 e 2 mil réis."*²⁶.

O repertório dos cancioneiros era destinado ao mercado consumidor e para ser reproduzido em diferentes ambientes musicais da cidade. O sucesso dessas publicações é comprovado pelo grande número de edições e reedições em circulação na capital federal e pela longevidade que várias canções alcançaram, algumas inclusive posteriormente registradas nos cilindros da Casa Edison. A sua reprodução técnica, os baixos custos e suas rápida comercialização possibilitaram às canções e aos cancioneiros conquistarem uma popularidade cada vez maior.

No decorrer da segunda metade do século XIX, jornais e periódicos que circulavam pela capital federal também começaram a abrir espaço para a circulação

²⁴ Idem. Ibidem. p. 44.

²⁵ Cf. Fernando Antonio MENCARELLI. *A voz e a partitura. Teatro musical, indústria e diversidade cultural no Rio de Janeiro (1868-1908)*. Tese de Doutorado: Universidade Estadual de Campinas, 2003.

²⁶ Idem. Ibidem. p. 256.

das modinhas, como *O Trovador - jornal de modinhas, recitativos para piano, lundus, romances, árias, canções, etc.* e o *Lyra de Apolo - jornal, recitativos, lundus, fadinhos e poesias de diversos autores*. O grande número e a diversidade de publicações destinadas a elas mostram a sua amplitude, a circulação e o seu sucesso no universo musical do efervescente cotidiano da cidade. Essas publicações, ao circularem pelos diferentes espaços e círculos sociais, contribuíam para a divulgação de artistas e canções e para a formação e consolidação de um diversificado público consumidor.

No final do século XIX, as modinhas consolidavam-se como gênero musical e circulavam em diversos espaços e para diferentes públicos na capital federal, como em reuniões particulares, no encontro de elites, no ambiente privado, em circos, teatros, *music halls*, cinemas e nas casas de chopes. O sucesso da modinha brasileira remonta ao final do século XVIII, quando o mulato carioca Domingos Caldas Barbosa, trovador palaciano sustentado pelos aristocratas na época do Império, a introduziu em Portugal. A paternidade do Brasil como criador das modinhas pode ser atestada pela declaração do embaixador inglês presente na corte de D. Maria I em Portugal. Ao ouvir a modinha em uma reunião, Lord Beckford afirma que “*nada [o] impediria de partir para o Brasil, a terra natal das modinhas*”²⁷. Com a transferência da corte portuguesa em 1808, a modinha retornou ao Brasil como música de salão, mas foi a partir de 1830 que ela trocou “*os pianos dos salões pelos violões seresteiros e [tomou] conta das ruas*”²⁸. Em decorrência da exposição comemorativa do centenário da abertura dos portos em 1908, realizada na Praia Vermelha, no Rio de Janeiro, as modinhas passaram a ser valorizadas ao abordar em suas letras temas do cotidiano nacional.

Assim como as modinhas, também atribui-se ao padre Domingos Caldas Barbosa a entrada do lundu em Portugal na década de 1770. Para Humberto Franceschi:

²⁷ Cf. Humberto Moraes FRANCESCHI. *A Casa Edison e seu tempo*. Rio de Janeiro: Sarapuí, 2002. p. 63.

²⁸ Idem. *Ibidem*. p. 64.

“O lundu, originalmente dança angolana, foi levado do Brasil para Portugal como canção. Voltou como música de canto, apresentando, na letra, temas humorísticos com características européias, sem contudo perder sua origem negra identificada pela percussão como base de acompanhamento”²⁹.

Carlos Sandroni também sublinha a concordância entre os pesquisadores a respeito da origem africana do lundu³⁰ e enfatiza o fato do gênero ser no Brasil um dança crioula com alusões ao universo afro-brasileiro. Entretanto, desde a metade do século XIX, o lundu foi alvo de transformações ao ser acompanhado por piano e violão. O autor aponta que os lundus compostos no Império e nos primeiros anos da República são *“música perfeitamente burguesa, isto é, composta por profissionais”*³¹ com formação técnica e que tocavam nos pianos das festas em família ou nos teatros espalhados pela cidade.

A modinha e o lundu, considerados gêneros poético-musicais, conseguiram obter grande sucesso e repercussão na capital de federal durante a passagem para o século XX. Uliana Ferlim define as diferenças entre as modinhas e os lundus. Para ela, as modinhas *“geralmente se dedicavam aos temas amorosos: fosse uma exaltação, uma declaração à amada, um amor idealizado, puro (...) e muitas vezes ligado à idéia de sofrimento”*³². O lundu, que alcançou sucesso ao ser cantado por artistas do circo em várias regiões do Brasil e nas casas de chopes do Rio de Janeiro, também abordava temas amorosos, mas de uma forma diferenciada, ao dedicar-se *“à sedução, a exaltação à amada [que] se referia não raro às belezas físicas e (...) exaltação às mulatas e morenas, [além de outros assuntos como] críticas sociais, pilhérias e zombarias”*³³. Os artistas, poetas e músicos foram responsáveis pelo processo de popularização e reconfiguração da linguagem e dos símbolos que eram partilhados pelos consumidores desses gêneros musicais, por meio da exposição de

²⁹ Idem. Ibidem. p. 70.

³⁰ Cf. Carlos SANDRONI. *Feitiço decente. Transformações do samba no Rio de Janeiro (1917 – 1933)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. p. 40.

³¹ Idem. Ibidem. p. 56.

³² FERLIM. Op. cit. p. 47.

³³ Idem. Ibidem.

novos temas abordados em suas letras, ao tematizar em repertórios assuntos recorrentes do cotidiano da capital federal.

Fernando Mencarelli descreve o circuito musical da capital federal no final do século XIX:

“[O Rio de Janeiro é] apontado por escritores, viajantes, memorialistas como um território rico em experiências musicais. De música dos barbeiros às bandas militares, dos violões do Morro de Santo Antonio aos orfeões escolares, dos salões aristocráticos aos tablados dos cafés-concerto, os versos e melodias se cruzavam, cada qual em seu andamento, em seu compasso, em seu próprio tom, resultando daí um panorama polifônico tecido pela diversidade”³⁴.

A música exercia importante papel ao propagar as poesias pela capital federal. Ao utilizar *“certos códigos sonoros recorrentes, [ela pode apontar para] o estabelecimento de padrões culturais, possíveis estigmatizações”³⁵* e as relações com o cotidiano do seu autor. A repetição de códigos sonoros, temas melódicos, harmônicos e rítmicos, oferece uma pista importante para identificar os códigos e linguagens a que grupos sociais recorrem para demarcar seus traços particulares de identidade, pois *“é na circulação destes códigos que os sujeitos realizam seus discursos, constroem sua identidade e lutam por reconhecimento social”³⁶*. Esse complexo processo não ocorre apenas pela imposição ou pela influência de um único grupo sobre o outro, uma vez que a experiência dos músicos, suas diversas origens sociais, seus círculos de atividade, sua relação com o mercado de entretenimento e suas formas de sobrevivência são alguns dos fatores que devem ser examinados para dar conta dessa complexa rede de relações.

No início do século XX, artistas de distintas origens sociais e econômicas despontavam no concorrido cenário musical do Rio de Janeiro. Eram músicos, compositores, intérpretes e poetas que tentavam conquistar uma carreira de sucesso

³⁴ MENCARELLI. Op. cit. p. 205.

³⁵ FERLIM. Op. cit. p. 38.

³⁶ Idem. Ibidem.

na música³⁷. Maurício de Lima Oliveira assinala que a carreira de músico era um dos poucos caminhos disponíveis para jovens oriundos de famílias pobres conseguirem alguma ascensão e um futuro mais digno³⁸. Para levar a carreira adiante, muitos optavam em ingressar nas forças armadas, pois era uma das poucas instituições que aceitavam negros em seus quadros, ou buscavam segurança e o sustento em um emprego público ou em outras ocupações.

Cantores de grande sucesso e popularidade na capital federal, como Eduardo das Neves e Mário Pinheiro, iniciaram suas carreiras musicais como palhaços em circos da cidade. Importante empreendimento musical, o circo oferece a possibilidade de compartilhar múltiplas e variadas expressões artísticas em um mesmo espaço por intermédio da comunicação permanente entre o público, os empresários e os artistas. No final do século XIX, era comum haver artistas circenses que dedicavam-se a outras profissões. Um único artista poderia desempenhar múltiplas atividades ao mesmo tempo como a de ginasta, acrobata, palhaço, músico, cantor, dançarino, ator e compositor de músicas e de peças teatrais.

Em sua pesquisa sobre a teatralidade circense na capital federal³⁹, Erminia Silva assinala que as músicas executadas durante os espetáculos circenses não tinham apenas a finalidade de acompanhar os números apresentados. As produções musicais elaboradas para apresentar os números no picadeiro

"acompanhavam a multiplicidade de variações de ritmos e formas que aconteciam nas ruas, nos bares, nos cafés-concerto, cabarés, nos grupos carnavalescos, nas rodas de música e dança dos grupos de pagodeiros, seresteiros, sambistas, de lundu, do maxixe, no

³⁷ Vale destacar também a presença dos chamados músicos ambulantes. Segundo João do Rio, eram músicos que circulavam pelas ruas da cidade com violões, violinos, gaitas, entre outros instrumentos, como forma de garantir o sustento e ao mesmo tempo levar música ao cotidiano da cidade. Cf. João do RIO. "Músicos Ambulantes". IN: *A Alma Encantadora das Ruas*. Rio de Janeiro: Organização Simões, 1952. p. 93.

³⁸ Cf. Maurício de Lima OLIVEIRA. *Patápio Silva, o sopro da arte. Trajetória de uma flautista mulato no início do século XX*. Dissertação de Mestrado: Universidade Federal de Santa Catarina, 2007. p. 18.

³⁹ Cf. Erminia SILVA. *As múltiplas linguagens na teatralidade circense. Benjamin de Oliveira e o circo-teatro no Brasil no final do século XIX e no início do XX*. Tese de Doutorado: Universidade Estadual de Campinas, 2003.

teatro musicado com suas operetas e sua forma mais amplamente usada e consumida, que foi o teatro de revista”⁴⁰.

Nesse cenário musical, as bandas circenses foram importantes veículos de difusão de diversos gêneros musicais. Formadas por músicos do próprio circo ou por músicos locais, elas divulgavam com a programação dos espetáculos os diversos gêneros musicais, ritmos e danças nas regiões que passavam. O nascimento do mercado fonográfico no Brasil tem uma tênue relação com a produção circense, pois

“o palco e o picadeiro continua a ser o lugar onde vários (...) [artistas circenses] se tornaram agentes de comunicação dos diversos gêneros, divulgando e mesclando os vários ritmos musicais e textos teatrais, das capitais para o interior do Brasil e vice-versa”⁴¹.

Muitos artistas que viviam ou que chegaram na capital federal eram oriundos do circo. Este espaço múltiplo de trocas possibilitou a divulgação de cantores e artistas para o ambiente cultural da capital federal. Várias canções executadas por cantores circenses transformaram-se em sucesso. Alguns conseguiram conquistar novos espaços e empreendimentos e chegaram a gravar as suas músicas nos cilindros da Casa Edison, sem deixar de lado o picadeiro.

Muitos músicos não tinham formação musical teórica e não faziam parte do mundo letrado, dominavam outros códigos, experiências e informações culturais distintas dos círculos elitizados da capital federal. Grande parte desses artistas era alvo de críticos que demonstravam a sua insatisfação em relação à sua produção, considerada inculta. Uma dessas críticas, publicada pela *Revista Musical e de Belas Artes*, afirmava que “quase todos os dias se publicam peças de músicas, (...) [mas] o movimento das produções musicais no Rio de Janeiro (...) [mostrava] duas coisas: muito talento e pouco estudo”⁴². Esse tipo de crítica mostra as tensões e conflitos presentes no cenário musical da cidade do Rio de Janeiro, marcado pelas contradições, negociações, desejos e interesses distintos entre os diferentes indivíduos

⁴⁰ Idem. Ibidem. p. 100.

⁴¹ Idem. Ibidem. p. 11.

⁴² FERLIM. Op. cit. p. 11.

da sociedade, acerca do que era considerado culto e o que era considerado inculto e impróprio para ser publicado e comercializado. Essas tensões apontam para a possibilidade de examinar o processo de formação do múltiplo e multifacetado mercado cultural da capital federal a partir da relação, nem sempre amistosa, entre os múltiplos e diferentes sujeitos que compartilhavam um amplo e variado universo de valores e referências.

O conflito, as trocas e as tensões são algumas das características que pautaram a relação entre os artistas, os gêneros musicais em voga na capital federal e a sua relação com os novos atores, suportes e meios de circulação da música. Esse circuito musical é marcado por

"uma intensa intercomunicação, formando uma rede de personagens e práticas culturais que podiam circular em diversas instâncias. Canções lançadas nas revistas popularizavam-se no carnaval; sendo frequente também o movimento inverso. Artistas de teatro e de circo circulavam entre os palcos dos teatros, das festas (...) e das rodas musicais, criando uma série de interseções, acompanhadas também pelo público, que prestigiava, segundo sua acessibilidade, a pluralidade de atrações"⁴³.

Fernando Mencarelli destaca a tênue relação existente entre as canções, cantores e os compositores de maior popularidade nos teatros musicados da capital federal. No final do século XIX, o circuito musical do Rio de Janeiro formava uma rede que mantinha a comunicação entre os acontecimentos dos palcos dos teatros, as publicações, como os jornais, as coleções de partituras, revistas, cancionários, e os demais espaços de diversão e lazer, que resultou no processo de formação e expansão de uma intensa rede de trocas e interações entre os artistas, os meios de comunicação, o mercado, os gêneros musicais e os empresários.

A divulgação da obra de um cantor em uma das publicações do mercado musical da capital federal exercia importantes funções simbólicas. Com as portarias da capital federal colocadas em prática a partir início do século XX, os trovadores

⁴³ MENCARELLI. Op. cit. pp. 7-8.

tornaram-se alvos de políticas de controle, “*incansavelmente perseguidos pela polícia [alvo de] constante vigília das [suas] atividades musicais pelas autoridades*”⁴⁴. Além dos trovadores, artistas imigrantes, pobres e negros que faziam das atividades musicais sua forma de sobrevivência, eram frequentes alvos de ações repressoras por parte da polícia. Para os artistas se apresentarem em locais públicos, eram obrigados a solicitar um pedido de licença que os autorizava a tocar nas vias públicas da capital federal. Os espaços conquistados por cantores, compositores e intérpretes nos veículos de comunicação ou

*“no mercado editorial, por exemplo, pela Livraria Quaresma, ou pelo incipiente mercado fonográfico através do empreendimento de Fred Figner, representavam uma pequena parte de um complexo [processo de ascensão] social”*⁴⁵.

Qualquer tipo de publicidade ou divulgação positiva dos seus perfis ou das suas obras era uma forma de conseguirem alguma projeção, reconhecimento, sucesso e popularidade para apresentarem-se em locais nos quais o controle e a coerção por parte das autoridades federais não fossem tão rígidos. A presença desses músicos nas publicações era uma forma de negociação com a política de controle e de segurança adotada na capital federal. A posição desses artistas não era a de agir contra ou fora da lei, mas encontrar espaços de negociação e mobilidade perante a rigidez imposta.

Fernando Mencarelli destaca os três instrumentos privilegiados no circuito musical da capital federal na segunda metade do século XIX. O piano, tocados nos salões, salas de visita, em cafés-concerto, pela orquestras dos teatros de revista e nas lojas de música espalhadas pela cidade; o violão, instrumento de valor mais acessível que o piano, estava presente nas serestas e em ambientes de maior popularidade da cidade, como as ruas e as praças; o canto, além da presença indispensável nos espetáculos no palco, nos coros e dentro das capelas, era um instrumento importante para a difusão e transmissão oral das canções, sobretudo nas ruas, nas rodas musicais e durante o carnaval. Os três instrumentos possibilitam ao ouvinte uma espécie de

⁴⁴ FERLIM. Op. cit. p. 107.

⁴⁵ Idem. Ibidem.

"vibrante batalha de sons e sentidos, que percorria todas as teclas, cordas e vozes por entre as letras e melodias desse rico repertório musical"⁴⁶.

A década de 1850 assiste ao aumento dos pedidos à municipalidade para liberação das licenças para empreendimentos destinados à diversão, porém

"foi a partir da década de 1880 que as solicitações para os negócios no campo dos divertimentos tiveram maior expansão. Os pedidos eram para o funcionamento de restaurantes, bares, casas de jogos, dentre outros"⁴⁷.

Com o processo de multiplicação dos salões musicais e dos empreendimentos voltados ao mercado de entretenimento na capital federal, houve uma onda de importações de pianos que ocorreu juntamente com o início do comércio de pianos usados, estes com preços mais acessíveis. A popularidade do piano na capital federal é atestada pelas atividades do pianista genovês Izidoro Bevilacqua, professor das princesas imperiais Leopoldina e Izabel, que fundou, em 1846, uma casa comercial destinada à venda de pianos e partituras. O seu principal objetivo era importar instrumentos construídos na Europa e revendê-los no efervescente mercado carioca. Além das atividades com a importação, ainda tentou instalar uma indústria de fabricação de pianos no Rio de Janeiro, empreendimento que não obteve êxito.

Se o piano conferia forte distinção social ao seu dono devido ao alto custo para sua aquisição, o violão, transformado pelas autoridades em símbolo de vadiagem, era um instrumento mais acessível para os artistas que dispunham de poucos recursos para iniciarem as suas carreiras. A facilidade de transporte possibilitou sua ampla circulação nas ruas da cidade e no mercado de diversões por meio de novos cantores, intérpretes e canções escritas especialmente para o instrumento a partir do final do século XIX. O violão era um instrumento muito presente entre os cantores de modinhas e dos cancioneiros que participavam e animavam os diversos ambientes festivos. A sua entrada na capital federal

⁴⁶ MENCARELLI. Op. cit. p. 208.

⁴⁷ MARTINS. Op. cit. p. 65.

influenciou a forma de tocar alguns gêneros musicais. As modinhas eram executadas quase que exclusivamente em pianos nos salões privados e mais nobres da cidade. O violão contribuiu de maneira decisiva para levá-la para as ruas e ampliar a sua divulgação para diferentes ambientes. Instrumento que simbolizava o novo perfil de artistas que tentavam se impor no concorrido mercado musical do Rio de Janeiro, aos poucos ele foi o responsável pela expansão e circulação de diversos gêneros musicais pela cidade. O sucesso do violão no cotidiano da capital federal, marcado pela ação de um projeto civilizador e modernizador que resultava na tentativa de instaurar padrões culturais importados, controles e perseguições, sublinha a atuação dos artistas que conseguiam transitar e negociar com essa realidade e mostra a porosidade e a abertura de espaços para o diálogo.

A trajetória de três músicos que conviveram na movimentada capital federal e conseguiram alcançar posições de destaque no mercado musical do final do século XIX, mostra as suas estratégias e negociações no concorrido mercado de entretenimento do Rio de Janeiro. As análises das distintas origens e das trajetórias de Anacleto de Medeiros, Catulo da Paixão Cearense e Eduardo das Neves pelo circuito musical apontam para a complexa relação estabelecida entre músicos, gêneros musicais, espaços festivos, mercado e os empresários, estes atentos ao que despontava como sucesso e poderia transformar-se em prósperas opções de negócios.

A importância desses três artistas está nas suas trajetórias e na participação ativa em dois momentos distintos do cenário musical do Rio de Janeiro. O primeiro momento é marcado pela atuação das livrarias que publicavam e editavam suas obras em cancionários e o segundo por serem os pioneiros no processo iniciado com a implantação do registro sonoro sob a tutela dos empreendimentos de Frederico Figner. Ao registrar suas canções nas chapas de metal e cilindros de cera, esses músicos já eram reconhecidos como artistas de sucesso em diferentes espaços festivos da capital federal, graças à circulação das suas obras publicadas pelas livrarias e as suas atuações nos diversos ambientes sociais e culturais. A gravação das suas músicas garantiu maior amplitude e alcance das suas obras. Examinar as semelhanças e as

diferenças entre as estratégias desenvolvidas por esses três artistas é importante para desvendar as suas relações com a complexa rede cultural e para examinar como esses artistas, oriundos de uma época na qual o sucesso das suas canções era medido pela circulação de partituras, livros e cancioneiros e por meio das suas apresentações nos múltiplos espaços culturais da cidade, conseguiram transitar e se adaptar à nova realidade com o início do registro sonoro e a comercialização das suas canções em um novo suporte físico.

Ao examinar a trajetória de Eduardo das Neves, José Ramos Tinhorão assinala que ele era o cantor negro mais influente, de maior sucesso e popularidade na cidade, sobretudo “*como artista de picadeiro e de palcos de cafés-cantantes e teatros do início do século XX*”⁴⁸. Nascido no Rio de Janeiro, Dudu das Neves começou a trabalhar como guarda-freios da Estrada de Ferro Central do Brasil e depois como soldado do Corpo de Bombeiros. Sua carreira artística como cantor iniciou-se como palhaço no circo. Em 1897, o Palhaço Negro, como era conhecido, era anunciado no Circo-Pavilhão Internacional como “*o primeiro 'palhaço brasileiro' a apresentar 'canções e lundus acompanhados com seu choroso violão*”⁴⁹. Realizou inúmeras viagens com companhias circenses e teatrais por vários estados brasileiros para divulgar a sua obra. Além do circo, o mercado editorial também foi um importante veículo para a divulgação das suas canções. Uliana Ferlim aponta que Pedro Quaresma foi o primeiro a dar abertura e divulgar o trabalho do cantor nas obras lançadas por sua editora, como as coleções *O cantor de modinhas* e *Mistérios do Violão*. Eduardo das Neves chegou a ser contratado e foi responsável pela organização de várias coleções da livraria Quaresma que tornaram-se sucesso de vendas.

Foram os editores da livraria Quaresma que contribuíram para a construção do seu perfil de sucesso como cantor de modinhas. Uliana Ferlim assinala que nas publicações eles engrandecem e descrevem Dudu das Neves como “*o poeta do povo,*

⁴⁸ Cf. José Ramos TINHORÃO. *Pequena história da música popular. Da modinha à canção de protesto*. Petrópolis: Editora Vozes, 1974. p. 32.

⁴⁹ SILVA. Op. cit. p. 195.

o bardo do povo”⁵⁰, uma vez que “*ele não era um representante de uma cultura de elite, aquela produzida por poetas consagrados na alta roda literária*”⁵¹, porém tinha a fina percepção ao dialogar com a cultura e temas de maior popularidade do cotidiano da cidade do Rio de Janeiro. O perfil construído pelos editores, que reafirma o seu caráter e a sua identidade com o “povo”, tinha por finalidade convencer o consumidor acerca do seu potencial musical e dos seus valores pessoais, mesmo que ele não fosse um homem do mundo letrado. Entretanto, a trajetória de Eduardo das Neves é marcada pela sua presença em diversos ambientes do circuito de diversões da capital. Circulava e participava dos grandes e nobres salões festivos e ao mesmo tempo era um artista que também aproximava-se das diversões de maior popularidade da capital federal, não isento de conflitos e tensões.

Dentre as diversas possibilidades de diversão e lazer oferecidas pela capital federal, o teatro de revista afirmou-se como uma das principais formas de diversão urbana a partir de 1870. Era um importante local de socialização, frequentado por um público heterogêneo. Era uma espécie de revista do ano que “*nas últimas décadas do século XIX e início do século XX caracterizava-se por revisar de modo cômico os fatos do ano anterior, vistos como mais relevantes (...), sempre costurado por um fio condutor*”⁵². Transformado em negócio, destinava-se à exibição e divulgação de artistas, obras e cantores que almejavam conquistar e obter maior reconhecimento e fama entre o público do circuito cultural e musical da capital federal. Havia uma troca permanente entre o cotidiano, o ambiente musical das ruas, as modinhas e os palcos. O carnaval era o momento de maior explosão e repercussão, pois “*quase todos os teatros colocavam revistas do ano em cartaz e abrigavam bailes de máscara*”⁵³. As atrizes-cantoras eram as responsáveis por lançarem canções de sucesso que espalhavam-se por toda a capital federal.

⁵⁰ Cf. FERLIM. Op. cit. p. 77.

⁵¹ Idem. Ibidem. p. 78.

⁵² Cf. Tiago de Melo GOMES. *Um espelho no palco. Identidades sociais e massificação da cultura no Teatro de Revista dos anos 1920*. Campinas: Editora da UNICAMP, 2004. p. 193.

⁵³ MENCARELLI. Op. cit. p. 249.

A maior contribuição desse tipo de entretenimento foi que uma "diversidade (...) [musical] que emergiu ou se associou a esse teatro musical encontrou distintos espaços e estratégias para sua difusão"⁵⁴. Obter sucesso no teatro de revista era fundamental para conseguir maior amplitude na carreira e divulgação da obra de um artista, uma vez que ele "extrapolava as paredes de um teatro, e atingia, conseqüentemente mais público"⁵⁵. Eduardo das Neves era uma espécie de "palhaço-cantor-compositor-ator"⁵⁶, pois também fez carreira e conquistou popularidade nos teatros de revista. No Teatro Parque Rio Branco obteve sucesso ao interpretar um dueto intitulado de *Mascote* com Iracema. Em empreendimentos de Paschoal Segreto, empresário de maior destaque no mercado de entretenimento, Dudu das Neves apresentou-se no Concerto *Maison Moderne* e no Teatro Parque Fluminense. A sua trajetória assinala a circulação nos diferentes espaços festivos da capital federal, a amplitude do seu repertório aberto a vários gêneros musicais da época, sua popularidade e apreço por um público formado por pessoas de diversas origens sociais. A sua carreira iniciada no circo e as viagens realizadas pelo Brasil contribuíram de maneira decisiva para divulgar a sua obra. Mesmo após tornar-se um cantor famoso e gravar suas músicas pela Casa Edison, Eduardo das Neves apresentou-se nos picadeiros e nos palcos dos cafés-concerto até o ano de 1905. O alcance e o sucesso da sua obra estavam diretamente associados aos múltiplos espaços de sociabilidade e a intensa rede cultural na qual ele transitava e estava inserido.

O mercado de entretenimento da capital federal oferecia diversas possibilidades de diversão e lazer. Os cafés-concertos e *music-halls* ofereciam

*"um conjunto variado de espetáculos, que misturavam representações teatrais, cenas cômicas, apresentações musicais nacionais, muitos artistas estrangeiros executando acrobacias, ginásticas e clowns excêntricos"*⁵⁷.

⁵⁴ Idem. Ibidem. pp. 6-7.

⁵⁵ FERLIM. Op. cit. p. 82.

⁵⁶ SILVA. Op. cit. p. 111.

⁵⁷ Idem. Ibidem. p. 196.

Canções que abordavam em suas letras temas recorrentes do cotidiano de maneira cômica e jocosa tinham seu espaço de divulgação garantido nesses ambientes. A cançoneta, “*gênero cômico de grande circulação nos palcos desses locais de diversão da cidade*”⁵⁸, fazia parte do repertório de Eduardo das Neves. Uliana Ferlim relata que, em 1905, o cantor compôs a cançoneta *A questão do Acre*, na qual destilava profundas críticas à posição adotada pela Bolívia na refrega. O seu sucesso garantiu sua publicação pela livraria de Pedro Quaresma. Outra cançoneta com críticas ainda mais contundentes foi lançada em 1907. Com o nome de *As eleições de Piancó*, colocava em xeque o resultados das eleições realizadas no Rio de Janeiro. As cançonetas mostram que as letras das canções de sucesso não eram restritas apenas aos temas voltados para exaltação da pátria. Elas eram espaços que abordavam de maneira crítica os acontecimentos mais conflituosos e temas controversos da capital federal.

Catulo da Paixão Cearense era um dos poetas mais presentes nas coleções editadas e publicadas pela Livraria Quaresma. Sua chegada ao Rio de Janeiro remonta ao ano de 1880, quando viera aos 17 anos com seus pais do Maranhão. Trabalhou no cais do porto na região da Gamboa como contínuo e estivador. Sua origem humilde não o impediu de frequentar as festas privadas nas quais a modinha fazia sucesso. Chegou a cantar na casa do senador Hermenegildo de Moraes e nos saraus promovidos por Mello Moraes Filho, e tornou-se amigo pessoal de Afonso Arinos. Foi na circulação e no contato com essas rodas literárias e musicais que Catulo dialogou com outros instrumentistas e compositores, ocasiões nas quais tentava divulgar suas poesias e angariar popularidade. A vida de Catulo era dividida entre duas realidades, a da vida humilde e a outra dos requintados círculos lítero-musicais da capital federal. A distância entre esses dois mundos de extrema desigualdade fez com que ele desenvolvesse a aguda percepção de criar estratégias para transitar por esses ambientes, na tentativa de amenizar os conflitos e as tensões para dialogar e estabelecer contatos com importantes músicos e cantores, conquistar seu próprio espaço e divulgar sua obra como poeta.

⁵⁸ FERLIM. Op. cit. p. 75.

A estratégia de Catulo para divulgar a sua obra é muito peculiar, pois compunha poesias para serem cantadas nas músicas dos companheiros de serenatas e choro, muitos com formação musical teórica feita no Instituto Musical de Música, como Anacleto de Medeiros. A escolha dos gêneros musicais executados por Catulo desvenda as suas negociações para alcançar projeção. Em seu repertório estavam valsas, polcas e choros, gêneros considerados tipicamente brasileiros e modernos, em contraposição ao lundu e a modinha, gêneros que, apesar de serem mais conhecidos, eram associados ao universo negro e iletrado. O que Catulo desejava era

*“representar um outro tipo de expressão, [através da deslegitimação da] produção galhofeira, sensual e dançante, que é associada ao universo dos negros ou aos vagabundos e desordeiros, em favor do ideal de representação de um tipo nacional exemplar”*⁵⁹.

Com essa estratégia, Catulo conseguiu projeção e era reconhecido por parte da intelectualidade letrada do período pela qualidade da sua poesia. Uliana Ferlim afirma que o próprio Lima Barreto revelou a sua consideração e apreço por Catulo, ao destacar a sua *“luta em reabilitar a poesia e músicas nacionais”*⁶⁰.

As caminhadas noturnas de seresteiros era uma atividade muito comum no Rio de Janeiro no final do século XIX⁶¹. Catulo participava com os seresteiros de vários passeios musicais noturnos pela cidade, atividades que contribuiu para divulgar a sua imagem como trovador urbano. Ele também foi responsável, assim como Eduardo das Neves, pela organização de várias coleções da livraria Quaresma. Nesses cancionários, ele chegava a indicar quais eram as músicas que deveriam ser cantadas com suas letras. O sucesso de Catulo pode ser atestado por meio de alguns episódios marcantes em sua carreira. Ele registrou suas poesias sobre as músicas de

⁵⁹ Idem. Ibidem. p. 157.

⁶⁰ Idem. Ibidem. p. 145.

⁶¹ Luiz Edmundo descreve com detalhes a atividade dos seresteiros: *“Quando a cidade adormece, por ermas ruas e revéis caminhos, andam grupos de seresteiros, a cantar. Em grupos numerosos, lá vão eles ferindo violões, cavaquinhos, bandurras e bandolins, os chapéus desabados no sobrolho, nos bolsos dos paletós, frascos da ‘branca’ ou de vinhaça. Andam léguas e léguas, assim a tocar, a cantar, até que venha a luz do dia”*. Cf. Luiz EDMUNDO. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. Rio de Janeiro: Editora Conquista, 1957. p. 274.

Anacleto de Medeiros, maestro da Banda do Corpo de Bombeiros de grande popularidade e prestígio entre os círculos letrados. Um outro episódio remete a reportagem/entrevista de uma página concedida ao jornal *O Paiz* em 25 de fevereiro de 1906, um dos mais importantes diários cariocas do início do século. Catulo também se apresentou para quatro Presidentes da República, Nilo Peçanha, Hermes da Fonseca, Epitácio Pessoa e Artur Bernardes.

A trajetória de Catulo da Paixão Cearense mostra a importância da circulação e das negociações entre cantores e os espaços musicais da capital federal. Para obter popularidade e fama, Catulo circulou pelas rodas letradas, aproveitou a oportunidade para divulgar suas poesias e inseri-las nas canções de artistas já renomados, e inovou ao associar o seu nome aos gêneros musicais modernos que estavam em voga e eram consumidos como status de modernidade na capital federal, frente a outros gêneros estigmatizados como sinônimo de atraso e tradição. A marca da carreira de Catulo está em sua circulação e troca com os diferentes espaços musicais e festivos da capital, na “*esteira dos empreendimentos de Pedro Quaresma (do mercado editorial (...)), Fred Figner (do mercado fonográfico), festas e reuniões sociais onde pudesse atuar e ser reconhecido*”⁶², para consolidar uma identidade associada ao mundo moderno e letrado.

Para serem reconhecidos no mercado musical da capital federal, Eduardo das Neves e Catulo da Paixão Cearense usaram bases melódicas parecidas junto com as suas composições românticas. Essa estratégia foi muito eficaz para alcançar projeção entre os diversos gêneros musicais que circulavam na capital federal. Uma melodia famosa ao ser tocada é reconhecida de imediato pelo ouvinte, o que diferenciava eram as letras que a acompanhava. Quanto melhor e de fácil apreensão fosse a poesia, sobretudo as românticas e as que remetiam ao cotidiano da cidade, mais rápido era a possibilidade de tornarem-se sucesso no mercado musical. A música exercia a função de ser o “*veículo que fazia com que a mensagem das diversas poesias chegassem o*

⁶² FERLIM. Op. cit. p. 101.

seu destino”⁶³, além de ser *locus* de embate e negociação entre diversos gêneros e grupos sociais que disputavam reconhecimento no mercado e almejavam popularidade e fama.

A relação entre as melodias e as letras das músicas é um fato peculiar nas gravações do início do século XX. A principal característica das canções gravadas é a semelhança entre as melodias com variações apenas nas adaptações das letras. As músicas que faziam sucesso raramente traziam uma melodia original. O que mais importava na canção eram os temas, que apoiavam-se em algum acontecimento de destaque no cotidiano da capital federal. Quanto mais conhecida fosse a melodia, maior seria a possibilidade da música transformar-se em sucesso. O plágio e a cópia das músicas não eram questões colocadas nesse período tal como são empregados atualmente. O importante era obter sucesso, sobretudo nos palcos dos teatros e durante o carnaval. Esse processo mostra o importante movimento e o trânsito cultural entre a música e a cidade, dinâmico na circulação entre as diferentes esferas da sociedade e dos espaços heterogêneos. Mostra também que a música era um espaço de multiplicidade, dada a necessidade de adequação de uma letra a uma melodia existente para ser transformada em possível sucesso. O plágio nas músicas era a marca desses primeiros anos do século XX, pois “*quanto mais simples ou mais conhecida fosse a melodia*”⁶⁴, maior seria a possibilidade de ser afamada e obter um êxito.

A trajetória de Anacleto de Medeiros pelo mundo da música inicia-se de forma distinta de Eduardo das Neves e de Catulo da Paixão Cearense, mas apresenta pontos de interseção. Nascido em Paquetá, filho de escrava liberta, desde jovem estudara música e aos nove anos já tocava na banda do Arsenal de Guerra do Rio de Janeiro. Em 1866, formou-se no Conservatório de Música do Rio de Janeiro e fundou a banda da Sociedade do Recreio Musical Paquetaense, na qual compôs várias obras. Seu repertório, constituído de polcas, valsas e obras sacras, começou a ter maior

⁶³ Idem. *Ibidem*. p. 125.

⁶⁴ FRANCESCHI. *Op. cit.* p. 250.

alcance e popularidade na capital federal. Uliana Ferlim assinala que no ano de 1895, Anacleto foi contratado para animar os bailes carnavalescos do Teatro *Fênix Dramática*. Catulo da Paixão Cearense foi admirador do trabalho de Anacleto, pois dava preferência às suas músicas para registrar as composições de sua autoria. A trajetória de Anacleto de Medeiros mostra que a sua rede de sociabilidade possibilitou divulgar suas músicas pelos distintos ambientes musicais da cidade, ter contato com outros músicos, muitos sem formação teórica, e alcançar o mesmo lugar que Eduardo das Neves e Catulo, o registro sonoro em meios mecânicos na gravadora de Frederico Figner. Ao registrar as suas músicas pela Casa Edison, ele já era chefe da banda do Corpo de Bombeiros e reconhecido maestro no cenário musical da capital federal⁶⁵.

Os músicos exerciam importante papel no mercado de entretenimento da capital federal. No teatro musical faziam sucesso com suas canções executadas nas peças musicadas. No ramo dos cinematógrafos, como a imagem não era sincronizada ao áudio, os pianeiros executavam as músicas no piano das salas de cinema enquanto o filme era exibido. Esses pianistas “*não tinham técnica formal, sobreviviam, entre outras fontes, com suas composições publicadas por um mercado editorial ávido por novidades que pareciam fazer sucesso na capital carioca*”⁶⁶. Por não terem formação escolar e teórica, eram apenas reconhecidos como tocadores de piano. Com sorte, alguns eram contratados pelas salas de cinema ou para tocarem partituras nas casas editoras de música, enquanto outros recebiam convites para animarem festas de batizados e aniversários.

Para Humberto Franceschi, foram os pianeiros que mais contribuíram para a consolidação do maxixe como gênero musical no início do século XX. O maxixe, considerado “*uma nova maneira de dançar o lundu*”⁶⁷, tornou-se um ritmo

⁶⁵ Maurício de Lima Oliveira assinala que desde o “*final do século XIX, crescia significativamente o número de bandas civis em todo o país. Essas bandas ocupavam o espaço deixado pelas agremiações militares e religiosas que haviam desfrutado de financiamento farto durante o ciclo do ouro, no século anterior. Curiosamente, talvez com a pretensão de herdar a simpatia do público, essas bandas civis mantiveram nos uniformes detalhes que lembravam os das bandas militares, especialmente os quepes*”. Cf. OLIVEIRA. Op. cit. p. 22.

⁶⁶ FERLIM. Op. cit. p. 136.

⁶⁷ SANDRONI. Op. cit. p. 64.

importante na cidade. Para Carlos Sandroni, o maxixe foi criado no Rio de Janeiro e tem como característica o fato de ser uma dança urbana para ser executada por um par enlaçado. No início, a dança foi considerada vulgar e de baixa categoria por ser praticada na Cidade Nova, bairro pobre do Rio de Janeiro localizado nas proximidades do canal do mangue e conhecido por concentrar divertimentos de má fama. O novo ritmo teria sido transmitido dos bailes da Cidade Nova para os clubes carnavalescos, para então alcançar grande popularidade e sucesso na capital federal. Um dos pianeiros de maior destaque no início do século XX foi Ernesto Nazareth, responsável pelo “*formulário rítmico e melódico do choro e da seresta carioca, a gíria improvisatória do maxixe, (...) [que] captou, refinou, filtrou, transfigurou e condensou na sua obra pianística*”⁶⁸.

Alguns acontecimentos marcaram a presença do maxixe na cidade do Rio de Janeiro. Em fevereiro de 1895, anúncios davam conta do carnaval de três dias no Teatro *Phoenix Dramática* com a presença de “*300 mulatas maxixeiras e uma orquestra dirigida pelo maestro Anacleto de Medeiros*”⁶⁹. Em agosto do mesmo ano, estreia a peça *Zizinha Maxixe*, musicada por Chiquinha Gonzaga. O nome maxixe também foi exibido em Paris e na Europa durante a viagem do dançarino baiano Duque. Entretanto, o maxixe também foi alvo de críticas e políticas de controle. Humberto Franceschi assinala que:

*“O simples nome maxixe, por exemplo, como gênero musical, não conseguia ser impresso nas partituras, pelo medo que os editores tinham de, com tal título, serem recusadas pelos compradores de maior categoria social”*⁷⁰.

O valor atribuído ao maxixe e a sua localização como dança selvagem, apontam para o caráter negativo, preconceituoso e desvalorizado que lhe era atribuído. Entretanto, havia espaço para a sua divulgação e para o compartilhamento de símbolos comuns

⁶⁸ FRANCESCHI. Op. cit. p. 149.

⁶⁹ Idem. Ibidem. p. 154.

⁷⁰ Idem. Ibidem. p. 160.

entre diferentes sujeitos, o que mostra que as fronteiras eram mais porosas do que rígidas, a ponto do maxixe ser executado em cerimônias oficiais⁷¹.

Nesse complexo processo de divulgação, embate e popularização dos diversos gêneros musicais que faziam sucesso na sociedade carioca, havia um intenso comércio com a venda de partituras e de libretos com peças musicais. Desde o final do século XIX, a comercialização de partituras transformou-se em um negócio bastante próspero e lucrativo na capital federal. Esse comércio possibilitou que casas comerciantes de música contratassem pianeiros para executarem as peças nas próprias lojas como forma de propaganda e divulgação, o que contribuiu para circulação das partituras por diversos ambientes musicais. Muitos pianeiros conseguiam projeção no mercado da capital federal por intermédio da execução das partituras e da ativa participação em diferentes espaços musicais da cidade. A execução das partituras nas portas das casas de música era a oportunidade para divulgarem os seus trabalhos e negociarem os convites para tocarem em bailes, salões e outros eventos. Foi a atuação dos pianeiros nas casas editoras de música que contribuiu para divulgar as canções executadas, ampliar o comércio de partituras na capital federal e torná-los conhecidos.

Além dos pianeiros, os modinheiros foram importantes sujeitos no processo de divulgação, circulação e expansão do comércio musical na cidade do Rio de Janeiro. Eles eram responsáveis pela

“venda de partituras e libretos de peças musicais com modinhas, lundus e outros ritmos, cantando-as pelas ruas dos bairros mais

⁷¹ Dois episódios atestam a presença conflituosa do maxixe em cerimônias oficiais. O primeiro ocorreu em 1907, durante as manobras militares em Santa Cruz nas homenagens ao Barão alemão Von Reicheau com a presença do Ministro da Guerra, marechal Hermes da Fonseca. O incidente ocorreu quando a banda tocou o maxixe *Vem Cá, Mulata*, de Arquimedes de Oliveira e Bastos Tigre, e causou espanto e a proibição da execução das músicas populares brasileiras em solenidades oficiais. O segundo caso ocorreu durante o sarau realizado no Palácio do Catete, no qual Nair de Teffé, esposa do presidente da República Marechal Hermes da Fonseca, tocou o *Corta-Jaca* de Chiquinha Gonzaga. Este episódio causou ataques contundentes de Rui Barbosa ao gênero musical no Senado Federal. Cf. Idem. *Ibidem*. p. 155.

*distantes, para conquistar fregueses para as canções e divulgando-as de porta em porta*⁷².

Ao cantar as peças musicais nas ruas em voz alta, os modinheiros ampliavam a divulgação de uma canção para lugares distintos da capital e para indivíduos iletrados que reconheciam por meio da audição o que era divulgado.

A área central da capital federal era

*“o lugar onde as principais inovações aconteciam e onde o homem urbano desfrutava dos prazeres do cinema, do teatro, das casas de jogos, etc, (...) espaço no qual a população urbana buscava divertimento, novidades e informações”*⁷³.

Entretanto, existiam outros espaços localizados nas proximidades da área central da cidade que eram destinados à diversão, formados por locais considerados menos nobres e distintos. No final do século XIX e início do século XX, a Praça Tiradentes era o local que concentrava uma intensa vida artística e cultural, com atividades voltadas para as apresentações musicais e teatrais e espaços destinados à prostituição. A má fama da praça e dos ambientes de lazer e o olhar crítico das elites não impediram o local de tornar-se um dos principais ambientes de diversão da cidade. A vida noturna era intensa nessa região, pois concentrava casas de chope, cafés, parques, cinema e teatros importantes da cidade, como o Teatro São José, o Teatro Santana, reaberto depois com o nome de Carlos Gomes, e o *Maison Moderne*, empreendimento inovador do empresário Paschoal Segreto que congregava em um mesmo espaço encenação de peças teatrais, jogos, exibição de filmes, parques e cervejarias. Importantes companhias nacionais, como a de Chiquinha Gonzaga, e internacionais, como as de Paris, Itália e da Espanha, apresentavam-se nos teatros e nos centros de diversão localizados na Praça Tiradentes. A praça formava um circuito cultural que oferecia diversas possibilidades de divertimentos com diferentes preços para um público diversificado, ambiente fértil para de trocas, tensões e conflitos.

⁷² MENCARELLI. Op. cit. p. 269.

⁷³ MARTINS. Op. cit. p. 35.

Um dos grandes e pioneiros empresários do ramo de entretenimento da capital federal foi o italiano Paschoal Segreto. Ele e seu irmão Gaetano Segreto chegaram ao Brasil em 1888. Inicialmente trabalharam como jornalheiros até começarem a investir no mercado de diversão e de animatógrafos com seu sócio, Francisco Jattarola⁷⁴. Os primeiros contatos com o ramo do entretenimento começaram após Segreto solicitar que seu irmão Afonso percorresse os Estados Unidos e a Europa em busca das novidades tecnológicas para serem lançadas e comercializadas no Rio de Janeiro. Paschoal Segreto era o financiador das produções das companhias teatrais que se apresentavam em seus empreendimentos e negociava o aluguel das suas casas de espetáculos para apresentações de outras companhias. A característica dos negócios na capital federal era a diversificação de empreendimentos espalhados por vários setores que

“acabavam por se complementar: cinemas, cervejarias, teatros e vários equipamentos de diversão (tanto para os divertimentos dos que queriam apostar, como os jogos, ou simplesmente carroséis para o entretenimento das famílias) que faziam com que o cliente pudesse aproveitar vários tipos de lazer em um só lugar”⁷⁵.

Os empreendimentos do italiano foram em grande parte concentrados na Praça Tiradentes, local em que criou uma espécie de *montmartre* carioca ao erguer o seu próprio *Moulin Rouge*, espécie de café-concerto destinado à elite da sociedade carioca. Ele desejava conquistar e formar um fiel público consumidor com alto poder aquisitivo, ao direcionar os seus empreendimentos principalmente para as classes médias e altas que despontavam no cenário cosmopolita e moderno da capital federal.

Observador atento das possibilidades de negócio e lucro que o cinema poderia lhe oferecer, Segreto foi um dos pioneiros na área cinematográfica da capital federal, ao fundar a primeira casa de projeções cinematográficas da cidade do Rio de Janeiro, localizada na rua do Ouvidor. Investiu fortemente na gravação de filmes que tematizavam eventos importantes do cotidiano da cidade e das personalidades

⁷⁴ Em outubro de 1897, a sociedade entre Paschoal Segreto e Francisco Jattarola foi desfeita e o capital de 22 contos de réis foi dividido entre eles. Segreto prosseguiu o empreendimento com o valor de onze contos de réis. Cf. MENCARELLI. Op. cit. p. 275.

⁷⁵ MARTINS. Op. cit. p. 48.

brasileiras⁷⁶. Nos salões do Cinema Rio Branco, o empresário criou um gênero inteiramente novo, ao combinar música, diálogo e canto. Os chamados filmes cantantes sincronizavam imagens projetadas com sons produzidos pelos "*pianos, grupos musicais e orquestras, cantores e atores-cantores [que] procuravam agregar aos filmes a música, o diálogo e o canto, próprios do teatro*"⁷⁷, com objetivo de torná-lo ainda mais atraente e despertar o interesse do público para as projeções cinematográficas. Alguns cantores que alcançaram fama e sucesso em diversos espaços culturais da capital federal participaram desse tipo nascente de cinema nacional, como Eduardo das Neves e Baiano, o que evidencia os múltiplos e atentos olhares do empresário para o mercado, ao associar uma inovação moderna com canções de artistas que já eram reconhecidos nos ambientes culturais da capital.

A entrada no fonógrafo e do cinema na capital federal abre espaço para uma nova fase de expansão das múltiplas expressões artísticas da cidade do Rio de Janeiro. O cinema, que inicia suas atividades pautadas no teatro musicado, e as gravações sonoras feitas a partir das canções de cantores com fama e popularidade na cidade, promovem uma verdadeira revolução na forma de consumir imagens e músicas, ao mesmo tempo em que proporcionam a sensação mágica de transportar os indivíduos para um novo mundo, como se fossem tirados de si⁷⁸. Se Paschoal Segreto direcionou seus empreendimentos para o mercado de entretenimento, sobretudo os teatros e as primeiras projeções feitas com cinematógrafos, Frederico Figner focou os investimentos no mercado musical com a divulgação dos novos suportes para consumo e comercialização da música. Essas tentativas pioneiras para a estruturação e o estabelecimento de um mercado de entretenimento na capital federal realizadas por Paschoal Segreto e Frederico Figner, empresários atentos às necessidades do mercado e antenados com as inovações técnicas estrangeiras que poderiam ser

⁷⁶ Alguns filmes que foram registrados durante o ano de 1898: Chegada do Dr. Campos Sales a Petrópolis; Inauguração da Igreja da Candelária; O Largo da Carioca; O Largo do Machado e A Praia de Santa Luzia. A partir de 1908, foram gravados filmes musicais, dramáticos e alegres. IN: MENCARELLI. Op. cit. p. 277.

⁷⁷ Idem. Ibidem. p. 280.

⁷⁸ Eric Hobsbawm assinala duas das exigências do mercado de entretenimento: promover a sensação de ser "*tirado de si*" e trazido de "*volta a si*", por mais que exista uma tendência em atender mais um lado que o outro. Cf. Eric J. HOBSBAM. *História Social do Jazz*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 36.

comercializadas em território brasileiro, foram os primeiros passos para a estruturação e o estabelecimento de uma rede de negócios e bens culturais na cidade do Rio de Janeiro, que vivia um intenso processo de expansão e modernização.

O primeiro contato de Frederico Figner com os aparelhos de fonógrafos ocorreu em 1889 no Texas. Seu cunhado foi o responsável por lhe mostrar pela primeira vez as máquinas que reproduziam sons. Figner vivia nos Estados Unidos desde o ano de 1882, país no qual naturalizou-se. Em agosto de 1891, ele desembarcou em Belém do Pará com fonógrafos da *Pacific Phonograph Company* e cilindros, baterias e vidros para os diafragmas para um período de ano. Durante sua estada realizou as primeiras gravações de discursos, lundus, modinhas e operetas brasileiras no próprio Hotel Central no qual estava hospedado⁷⁹. Com a exibição desse material nos fonógrafos, Figner em apenas um mês alcançou um público de 4.000 pessoas que pagaram 1\$000 (mil réis) para ouvir os sons gravados. Após esse período, o empresário percorreu as cidades de Belém do Pará, Manaus, Fortaleza, Natal, João Pessoa, Recife e Salvador para divulgar suas máquinas falantes e apresentar o processo de reprodução e gravação dos sons. Em abril de 1892, com 26 anos, Frederico Figner chegou na capital federal com suas máquinas falantes⁸⁰, mas como a cidade vivia sob o temor da febre amarela, ele optou por prosseguir com a excursão para exibição do fonógrafo para outras cidades brasileiras, dentre elas São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Piracicaba, Porto Alegre e Pelotas para, em seguida, partir para Montevidéu e Buenos Aires. Em 1896, ao retornar das suas viagens, Figner voltou a dedicar-se à divulgação das novidades tecnológicas em território brasileiro. Além dos fonógrafos, ele também começou a comercializar o kinestoscópio, *“uma espécie de armário onde uma pessoa por vez podia assistir cenas curtas, e mesclando o kinetoscópio ao fonógrafo, criou o kinetofone, uma*

⁷⁹ A matéria sobre o registro da primeira gravação realizada por Figner com o discurso improvisado do advogado Dr. Cabral contra a República, em Belém do Pará, foi publicada na edição de 17 de dezembro de 1982 da Gazeta Americana de Porto Alegre. Cf. FRANSCESCHI. Op. cit. p. 18.

⁸⁰ Antes de Figner, a capital federal já havia presenciado algumas demonstrações experimentais com os fonógrafos. Em julho de 1878, durante a Conferência da Glória e na loja Ao Grande Mágico, localizada na rua do Ouvidor, e em novembro de 1889, nas sessões privadas realizadas pelo comendador Carlos Monteiro de Souza. Cf. Idem. Ibidem. pp. 18-22.

espécie de cinema falado”⁸¹. Frederico Figner, antenado com as tendências e novidades lançadas no exterior, realizou audaciosos investimentos no mercado musical da capital federal para dar início ao processo de gravação e comercialização de cilindros e chapas de metais.

Figner era um admirador das novidades tecnológicas produzidas na Europa e nos Estados Unidos e tinha uma aguda sensibilidade de que a comercialização desses modernos produtos na capital federal poderia transformar-se em um negócio próspero e lucrativo. Uliana Ferlim assinala que “*em tempos de deslumbramentos com a prática científica, as máquinas falantes eram o impossível concretizado, um passo adiante ao futuro, o desenvolvimento da civilização humana*”⁸². Ao estabelecer negócios na cidade do Rio de Janeiro por meio da circulação e das trocas com o mercado cultural e de entretenimento, Frederico Figner tinha a aguda percepção acerca das potencialidades comerciais da capital federal que contava um público consumidor com alto poder aquisitivo, ávido em adquirir as modernas mercadorias importadas.

O empresário realizou diversos investimentos no mercado de entretenimento da capital federal. Ao instalar-se na rua do Ouvidor, número 164, obteve grande sucesso no mercado de diversão da capital federal com uma “*espécie de número de mágica feito com espelhos, onde a plateia tinha a impressão de que a ilusionista, chamada Inana, flutuava*”⁸³. Com o dinheiro ganho durante os quase dois anos de apresentações, Figner conseguiu abrir sua primeira loja para importação de produtos de bens de consumo e máquinas falantes. No ano de 1899, decidiu abrir a firma Figner & Companhia juntamente com seu sócio, o inglês Bernard Wilson Shaw. Entretanto, em março de 1900, Shaw desistiu do empreendimento e Figner prosseguiu sozinho com o negócio, mesmo com a responsabilidade de assumir um alto passivo social. Em pouco mais de dez anos ele conseguiu aumentar

⁸¹ FERLIM. Op. cit. p. 59.

⁸² Idem. Ibidem.

⁸³ MENCARELLI. Op. cit. p. 274.

consideravelmente o capital da empresa⁸⁴ e estabelecer filiais em diversos pontos do país.

Frederico Figner não foi o único a importar as máquinas falantes para o Brasil. O próprio Paschoal Segreto, apesar de focar seus investimentos no ramo de diversões, também importou alguns fonógrafos⁸⁵. Contudo, Figner foi um dos pioneiros no registro das primeiras canções de artistas nacionais para serem reproduzidas nesses equipamentos. Os primeiro cantores e artistas que gravaram em chapas de metais e em cilindros para serem executados nos fonógrafos já eram músicos conhecidos, muitos já haviam conquistado público, fama e popularidade em outros ambientes do Rio de Janeiro.

Fernando Mencarelli destaca a importância que o surgimento das indústrias fonográfica e cinematográfica representaram para a cultura urbana no início do século XX. Elas foram as responsáveis por trazer

*"dois dos elementos que se tornariam centrais na indústria do entretenimento: o audiovisual e as gravações musicais. As primeiras gravações da Casa Edison e os primeiros registros cinematográficos, ao mesmo tempo que davam início a uma longa descoberta de uma linguagem particular, como negócio de diversão que eram, buscaram atrair o público consumidor de diversão urbana"*⁸⁶.

Paschoal Segreto e Frederico Figner estavam atentos com as possibilidades de ampla oferta que a expansão urbana e o mercado de entretenimento da capital federal poderia oferecer, *"lugar privilegiado para a chegada [e comercialização] das inovações no campo do entretenimento que, posteriormente, se espalhariam para outros lugares do país"*⁸⁷. Ambos podem ser considerados empresários modernos,

⁸⁴ Em 1899, o capital inicial da empresa era de 5:000\$000 (cinco contos de réis). Informações da junta comercial de 27 de abril de 1914 apontam que o capital aumentou para 500:000\$000 (quinhentos contos de réis). Cf. FERLIM. Op. cit. p. 61.

⁸⁵ Outros concorrentes de Figner eram os portugueses Arthur Augusto Villar Martins e Arnaldo Castilho Natividade de Castro que também realizaram algumas gravações e comercializavam cilindros. Cf. FRANCESCHI. Op. cit. p. 31.

⁸⁶ MENCARELLI. Op. cit. p. 1.

⁸⁷ MARTINS. Op. cit. p. 46.

pois souberam investir no mercado cultural do Rio de Janeiro e estabelecer uma rede de bens culturais, por meio da entrada, divulgação e comercialização das novidades tecnológicas modernas nos novos ambientes culturais da cidade.

Frederico Figner foi um empresário atento à revolução que a introdução dos fonógrafos e dos gramofones poderia trazer para o mercado musical da capital federal. As gravações realizadas por ele deram início ao processo de transformação da atividade musical na capital federal, ao alterar o modo de ouvir e consumir música, a relação entre artistas, público e o mercado, com as possibilidades de maior circulação e popularização rápida e dinâmica de músicos e canções. Esse processo possibilitou

“um novo espaço de legitimação, representado num intenso mercado de entretenimento e diversão musicais que se valia de publicações populares, espaços sociais como circos, teatros, bares, some-se a isto a novidade técnica da gravação mecânica e teremos uma ampla rede de relações com a presença de sujeitos de origem diversas desenvolvendo-se intensamente no Rio de Janeiro entre fins do século XIX e início do século XX”⁸⁸.

A criação da primeira gravadora de discos do Brasil, a Casa Edison, responsável pelo registro quase absoluto das gravações da música brasileira da primeira década do século XX⁸⁹, alterou de modo significativo o consumo, a circulação, o comércio e a produção musical no Brasil. Examinar a sua trajetória é tarefa necessária e obrigatória para desvendar os primórdios da formação e estruturação da indústria fonográfica no Brasil, seus mecanismos de ação, documentos de negociação, catálogos de divulgação produzidos a partir do ano de 1900, a sua estreita relação e comunicação com os ambientes musicais da época, e processos de seleção, registro, divulgação e difusão da música gravada. A gravadora foi um espaço polifônico que dialogou com múltiplos gêneros musicais, compositores, intérpretes, poetas e músicos. O nascimento da indústria fonográfica no país é marcado pela estreita conexão e negociação com as expressões culturais da

⁸⁸ FERLIM. Op. cit. pp. 7-8.

⁸⁹ Dados da página do *Hot 100 Brasil* mostram que dos aproximadamente sete mil discos produzidos no período de 1902 a 1926, a Casa Edison foi a responsável pelo registro de mais de 80% das gravações. IN: <<http://www.hot100brasil.com/timemachinemain.html>>. Acesso em 05 de julho de 2010.

capital federal, indispensáveis para estruturar as suas bases e expandir a sua influência.