

## **A gravadora Elenco de Aloísio de Oliveira: Distinção simbólica e a busca por autonomia artística no mercado**

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO

SUBÁREA: MÚSICA POPULAR

*Guilherme Araujo Freire*

*Universidade Estadual de Campinas – guilhermefreire@gmail.com*

**Resumo:** Este trabalho realiza uma breve análise sobre a gravadora Elenco (1963-1968) de Aloísio de Oliveira e sua atuação no contexto do mercado fonográfico da década de 1960. Com base na bibliografia relacionada ao tema, em relatos de Aloísio de Oliveira e em matérias publicadas em periódicos procuramos investigar as razões causais de sua fundação, o seu perfil de lançamentos, as representações formadas sobre sua produção pela crítica especializada e o papel que desempenhou no processo de segmentação do mercado corrente daquele período.

**Palavras-chave:** Indústria fonográfica. Música popular brasileira. Gravadora Elenco.

**The Recording Company Elenco of Aloísio de Oliveira: Symbolic Distinction and the Search for Artistic Autonomy in the Market**

**Abstract:** This article makes a brief analysis on the recording company Elenco (1963-1968) of Aloísio de Oliveira and its activity in the context of the phonographic market of the 1960's. Based on the bibliography related to the theme, in discourses of Aloísio de Oliveira and in newspaper clipping, we investigated the causal reasons of its foundation, its profile of releases, the representations formed about its production by the specialized critic and the role that it played in the current process of segmentation of that period.

**Keywords:** Phonographic Industry. Brazilian Popular Music. Label Elenco.

### **1. Histórico da fundação e primeiros lançamentos da gravadora Elenco**

A gravadora Elenco desempenhou um papel central no surgimento e consolidação da Bossa Nova<sup>1</sup>, e contribuiu para a formação de um segmento musical reconhecido como “moderno” e portador de “qualidade artística”. Reuniu em seu *cast* um grupo com artistas centrais da Bossa Nova, como Antonio Carlos Jobim, Vinicius de Moraes, Nara Leão, Dick Farney, Sílvia Telles, João Donato, Lúcio Alves, Sidney Miller, Tamba Trio, Baden Powell, Lennie Dale, Odete Lara, MPB 4, Roberto Menescal, Astrud Gilberto, Quarteto em Cy, entre outros, além de ter lançado álbuns históricos da música popular brasileira, como *Vinicius e Odette Lara* (1963), *Nara* (1964), *Caymmi Visita Tom* (1965), *Bossa Nova York* (1967), e *Vinicius e Caymmi no Zum Zum* (1965), fatores que contribuíram para que fosse considerada como uma gravadora símbolo da Bossa Nova.

A empresa foi fundada em parceria firmada pelo empresário Flávio Ramos da boate Au Bom Gourmet e Aloísio de Oliveira, produtor carioca e ex-integrante do grupo Bando da Lua, conjunto vocal e instrumental que acompanhou a cantora Carmem Miranda

durante sua carreira de sucesso nos EUA desde o final da década de 1930. Depois da morte da cantora e da dissolução do grupo Bando da Lua, em meados de 1950, Oliveira regressou ao Brasil e começou a trabalhar na gravadora Odeon como diretor artístico. Após a decisão do diretor geral da Odeon, Mr. Morris, de dispensar um grupo promissor de intérpretes e compositores como Lúcio Alves, Sérgio Ricardo, Sylvia Telles e Roberto Menescal (cf. ZAN, 1998), pediu demissão do seu posto. Em uma entrevista, conduzida pelo jornalista Aramis Millarch, o produtor relatou suas motivações para criar a gravadora:

AO - Por ocasião de certos modismos que entravam no mercado brasileiro, que iniciou a fase Roberto Carlos e aquela coisa toda da Jovem Guarda, a Bossa Nova começou a decair comercialmente. E eu achava que isso devia ser preservado, de uma maneira ou de outra. Tanto que, na Odeon, quando eles fizeram uma lista pra mim dos artistas que deveriam ser excluídos porque não estavam vendendo mais; que incluía João Gilberto, Silvia Telles, Lúcio Alves, Sérgio Ricardo, enfim, os artistas em que eu acreditava; eu acrescentei nessa lista o meu nome.

Eu então senti necessidade de formar uma etiqueta pra preservar esses artistas. [...] Essa foi a intenção da Elenco. E não só isso.. lançar nova gente que aparecia nessa nova fase, dentro dessa evolução da música que não parava. Continuava, mas que não tinha veículo de comunicação nenhum. A não ser que se criasse uma Elenco. Foi isso que eu fiz, a intenção foi essa<sup>2</sup>.

Ao prezar pela autonomia administrativa e agir em reação às mudanças de estratégias de atuação no mercado e às medidas de contenção de orçamento implementadas por executivos que administravam a atividade da gravadora Odeon no país, Aloísio de Oliveira optava por realizar um tipo de produção cultural que não se enquadrava nas tendências comerciais prezadas por grandes gravadoras do mercado fonográfico daquele período, representadas pela Jovem Guarda no seu discurso. Nesse sentido, em outro relato do produtor aponta-se um parecer do presidente da EMI, no qual identifica certo descompasso entre o elenco de artistas contratados pela Odeon e o perfil do mercado brasileiro:

“Sir” Joseph Lockwood, presidente da EMI no mundo inteiro, veio ao Brasil numa viagem de observação. A Odeon era sua subsidiária. Olhando de perto nossas atividades por uns dias, e estudando cuidadosamente a posição de nosso mercado (isso foi no início da Bossa Nova), chega à seguinte conclusão: - Vocês estão 50 anos na frente do seu mercado. Ou vocês recuam para um gênero mais popular (ele quis dizer “vendável”), ou vocês procurem se expandir para outro setor. (BOSSA, 1975)

Deste modo, sem encontrar espaço ou investimento nas grandes gravadoras para projetos musicais em que acreditava e após ter trabalhado por oito meses na gravadora Philips como diretor artístico e ter se sentido limitado em suas decisões, Oliveira resolveu criar o seu próprio selo e seguir seu próprio conceito artístico. A princípio, sua ideia era de fundar o selo

Elenco como subsidiário de alguma grande gravadora interessada em trabalhar com um selo temático, como os norte-americanos Prestige ou Verve, porém não encontrou apoio de nenhuma grande empresa, o que o levou a decidir administrar a gravadora sozinho. Além de sua experiência como diretor artístico da Odeon e da Philips, onde trabalhou entre 1957 e 1962, Oliveira contou também com o fotógrafo Chico Pereira (Odeon) para trabalhar nas capas, Humberto Catarti para atuar como técnico de som, José Delphino Filho para arregimentar músicos e César Villela para realizar a direção de arte. Durante o período de 1963 a 1967 a gravadora Elenco lançou mais de 60 títulos, a grande maioria deles com intérpretes e compositores da Bossa Nova.



Fig. 1 – Logo impresso nos discos do selo Elenco

Após firmar contrato com a RCA para a prensagem dos discos em 1963, Oliveira lança o seu primeiro suplemento de LP's: *Vinicius & Odette Lara, Balançamba* de Lúcio Alves, *A Bossa Nova de Roberto Menescal e seu Conjunto*, *Chris Connor at the Village Gate*, *Baden Powell swings with Jimmy Pratt e Bossa, Balanço, Balada* de Silvia Telles. A estréia da gravadora e seus primeiros lançamentos geraram certa repercussão comercial e midiática, tornando-se tema de publicação recorrente em matérias de periódicos, assim como no programa de rádio “Música Também é Notícia”, transmitido pela Rádio Jornal do Brasil.

## 2. Perfil da direção de Aloísio de Oliveira e logística de produção

Em uma série de publicações de uma entrevista com Aloísio de Oliveira, realizadas, em 1965, no periódico Jornal do Brasil, o produtor relata sua visão sobre o percurso da música popular no período e apresenta argumentos que fornecem indícios para compreender o sentido de sua opção pelo segmento de Bossa Nova:

AO – [...] a música brasileira foi melhorando, mas as mudanças não foram tão pronunciadas, nestes 18 anos [1939 - 1957] [...] Não senti grandes transformações, pelo menos nada que me chocasse, até que tive contato com a música de Tom Jobim - completou. A primeira vez que eu de fato senti esta transformação, mesmo, foi com o Tom em 1956, quando eu voltei para o Brasil, que ouvi uma música que não era nem

samba ritmado nem samba-canção [“Foi a Noite” de Tom Jobim] [...]. O que me chamou atenção foi, em primeiro lugar, a harmonia, em segundo o fraseamento, que era completamente diferente de tudo que eu já tinha ouvido no Brasil. Eu senti que quem estava fazendo música no Brasil, *de fato sabia música* - afirmou Aluísio de Oliveira.

JB – Aluísio de Oliveira toma como exemplo, então, o que ele chama de “samba moderno” e “samba primitivo”.

AO – Para ilustrar o que estou dizendo, o samba primitivo, quando eu digo o samba de morro, o samba carioca, o samba de Ataulfo Alves são considerados primitivos pelo seguinte: os autores são indivíduos que *não conhecem música e tocam um instrumento chamado violão, conhecendo apenas três ou quatro acordes*.

JB – Concluiu seu pensamento, dizendo que a música destes compositores não pode caminhar por terrenos extensos, tendo que se limitar ao campo dos acordes conhecidos, “apesar de ser inspirada e bem carioca”.

AO – Elas se prendem a certas coisas, porque o compositor não tem condições de sair daquilo. A isso eu chamo de música primitiva. Samba primitivo carioca. Agora, o Tom já deu uma concepção completamente diferente, porque ele venceu a *barreira do primitivismo* e saiu para harmonizações contemporâneas, saiu para fraseamentos diferentes, sem perder a continuidade de samba, vamos dizer. [...] De modo que com essa música do Tom eu comecei a sentir alguma coisa de novo e quando eu fui buscar e querer conhecer o Tom para saber outras coisas, foi então que eu vi que dentro das coisas dele também existiam os sambas que ele fazia e que também era influenciados por essa nova concepção harmônica e melódica<sup>3</sup>. (IVAN; PORTELLA, 1965)

Através de referenciais oriundos da esfera erudita, calcados no domínio do tratamento musical da harmonia, de progressões harmônicas e da melodia no ato da composição, percebemos que Aloísio de Oliveira distingue claramente o samba “moderno” do samba de compositores do morro, em função de um suposto “primitivismo”, um presumido limite de seus autores em empregar de acordes e progressões harmônicas. Na visão do produtor, principalmente Tom Jobim e aqueles compositores com formação musical seriam capazes de superar a “barreira do primitivismo” e compor um novo tipo de música, com uma “nova concepção harmônica e melódica”. Por meio desta visão sobre a música popular e de suas ações e discursos orientados por tais valores, Aloísio de Oliveira contribuiu para a segmentação de gêneros ou estilos de música popular, atuando diretamente no sentido da consolidação de um segmento considerado “culto” ou de “bom gosto” e procurando se legitimar através do aprimoramento técnico do ofício musical e do culto à “qualidade” estética.

Tal concepção de Oliveira sobre a produção de música popular certamente orientou sua atividade enquanto produtor, diretor e proprietário do selo Elenco, desde a seleção do *cast*, passando pela direção artística, seleção do repertório e chegando até as etapas mais pontuais, como a supervisão das seções de gravação. Se analisarmos o catálogo de 60 LP's da gravadora, por exemplo, observa-se o predomínio quase completo de discos de Bossa

Nova, com apenas três lançamentos de intérpretes sambistas: *Ao meu Rio* (1965) de Mario Reis, *De Vinicius e Baden especialmente pra* *Ciro Monteiro* (1965) de *Ciro Monteiro* e *Samba-tropi* (1970) de *Wilson das Neves*.

Como parte da logística de produção dos LP's da gravadora, Aloísio de Oliveira organizava também pequenos espetáculos, também conhecidos como *pocket-shows*, que eram formatados ao intimismo de boates como *Au Bon Gourmet* e *Zum-Zum*, espaços situados no bairro de Copacabana, Zona Sul do Rio de Janeiro, e freqüentados por um público de classe social média e alta. Baseado na sua experiência obtida durante a década de 1940 - com o *show business* e o cotidiano profissional da indústria cultural consolidada e bem desenvolvida dos Estados Unidos-, Aloísio de Oliveira montava os shows com os intérpretes e músicos participantes do cotidiano da Bossa Nova de maneira a formatar um produto: seguindo um conceito no aspecto visual (coreografia, iluminação, figurino e cenário), equilíbrio do tempo de cada cena mensurado, repertório previamente definido e ensaiado, etc. Além disso, os espetáculos serviam também como uma espécie de termômetro para verificar a recepção do público sobre o trabalho e avaliar a possibilidade de gravá-lo e lançá-lo em LP pela gravadora Elenco, procedimento que resultou no lançamento de muitos discos da gravadora, como, por exemplo: *Um Show de Bossa... Lennie Dale* (1964), *Maysa* (1964), *Vinicius e Caymmi no Zum-Zum* (1965), *Lennie Dale e o Sambalanço Trio* (1965), entre outros.



Fig. 2 – Anúncio do espetáculo “Sonho de Môça” produzido por Aloísio de Oliveira

Nos meios de comunicação, não apenas os lançamentos de LP's, mas também espetáculos de boate também tornavam-se tema de matérias publicadas em periódicos pela crítica especializada. Vejamos a seguir duas matérias publicadas pelo periódicos O Jornal e Correio da Manhã, sobre os shows de Norma Benguel e de Sylvia Telles e Roberto Menescal:

Nunca se sabe, nunca se pode afirmar qual o melhor espetáculo de Aloísio de Oliveira porque o melhor é sempre o último que o produtor está apresentando. Como “Contraponto”, recentemente estreado. Introdutor do “pocket-show” na noite carioca, de logo Aloísio Oliveira encontrou seguidores, que o bom deve ser imitado, fez uma escola nem sempre bem compreendida e, por isso mesmo, algumas vezes deturpada. Caladão, infenso a qualquer crítica ao trabalho alheio, com êsse “Contraponto” Aloísio parece querer chamar a atenção dos seus alunos: “Meninos, o negócio é assim. Nem mais, nem menos”. Dir-se-ia que Aloísio Oliveira aplica nos seus espetáculos, com notável maestria, quatro dos “five right of Merchandise”: a mercadoria certa, no lugar certo, no tempo certo, na quantidade certa. “Contraponto” é o “show” exato. Se exagêro há é no bom-gôsto que deixa saudades quando as luzes se apagam no instante final. (ECO, 1965: 8)

O novo espetáculo do “Zum Zum”, lançado quarta-feira, reflete o bom-gôsto de uma produção eficiente e inteligente. [...] O espetáculo tem, inclusive, uma noção de tempo pouco comum aos shows de boates. É dinâmico, objetivo, visual. Deve-se respeitar, também, a excelente iluminação. [...] O show de Silvinha Telles & Roberto Menescal é um espetáculo obrigatório nas agendas noturnas. (SILVINHA, 1964: 10)

Por meio de argumentos de cunho positivo que ressaltavam as produções de Aloísio de Oliveira e códigos como “bom gosto”, “sucesso”, “eficiente”, “inteligente”, tais matérias atuavam no sentido de conferir distinção simbólica à atuação do produtor em suas atividades e consagrá-lo como um dos grandes produtores do mercado fonográfico e um dos responsáveis por uma produção que representava “a modernidade” na música brasileira. Constituíam, assim, instâncias de consagração que atuavam diretamente para a formação de hierarquias no campo artístico da década de 1960.

### **3. Problemas de operação e encerramento**

Em sua fase inicial, os lançamentos da gravadora Elenco geraram considerável repercussão de público (cf. ELENCO, 1964). Segundo Ruy Castro (1990: 340), era a única gravadora que o público procurava os discos nas lojas pelo selo. No entanto, em grande parte devido ao perfil de administração de Aloísio de Oliveira, que se ocupava mais com o aspecto artístico dos produtos do que com a sua dimensão de negócio (divulgação, distribuição e contabilidade), a gravadora acabava gastando mais do que lucrava em alguns meses (cf. ZAN, 1998). A informalidade presente nos lançamentos do selo reflete algo que foi designado pelo pesquisador Lorenzo Mammi (1992) como uma postura amadorística adotada por uma parte

dos músicos da Bossa Nova. Não um amadorismo de fato, mas enquanto uma “convenção de gênero”. Essa postura também pode ser associada, de certo modo, ao estilo de atuação de Oliveira e ao seu comportamento empresarial pouco eficiente. Nas palavras do produtor André Midani, Aloísio de Oliveira era “um mestre – do estúdio para dentro” (CASTRO, 1990: 340).

Apesar da demanda pelos seus produtos, a Elenco acabou não faturando grandes quantias, uma vez que seu esquema de distribuição, deixada a cargo da RCA, apenas tinha capacidade de distribuir um número limitado de cópias de LP's e, caso houvesse um grande sucesso de algum lançamento, não poderia prensar grandes quantias de discos devido às dificuldades de distribuição em outras cidades. Outro fator que comprometeu sensivelmente a prosperidade do selo foi a demora em lançar a Elenco na cidade de São Paulo, local em que se encontrava o maior mercado consumidor de Bossa Nova e que era explorado através de lançamentos de artistas de outras gravadoras atuantes na cidade como a RGE, a Farroupilha, a Forma, a Som Maior e a própria Philips (*ibidem*: 341-3).

Deste modo, após a perda de popularidade da Bossa Nova e a ascensão dos artistas ligados ao segmento da Jovem Guarda, o qual estava gerando grandes cifras de venda de discos, Aloísio de Oliveira resolveu vender a gravadora para a Philips em 1968 e voltar para os Estados Unidos, período em que passa a produzir discos de artistas brasileiros para a gravadora Warner Music. Nos anos seguintes, as atividades da Elenco foram mantidas como selo subsidiário da multinacional Philips, realizando lançamentos no mesmo segmento até encerrar definitivamente em 1984.

#### **4. Considerações finais**

Ao analisar os discursos proferidos por Aloísio de Oliveira e pela crítica especializada sobre a produção da gravadora Elenco, nota-se que através de critérios de distinção simbólica calcados em representações de um “bom gosto” oriundos muitas vezes da esfera erudita, estabelecia-se coordenadas no campo de lutas simbólicas, que por sua vez traduziam certas transformações sociais correntes no período, como a ascensão de uma classe média e as demandas de um público de elite. Deste modo, a busca por autonomia de Aloísio de Oliveira e sua produção realizada na gravadora Elenco parecem ter contribuído para a formação de um segmento alinhado a tais demandas, uma vez que a parte predominante dos seus lançamentos se constituiu de discos de intérpretes de Bossa Nova, com valores atribuídos de “modernidade”, “bom gosto”, “qualidade artística”, entre outros.

Conforme bem aponta Zan (1997: 121-8), naquele período havia certa incapacidade das gravadoras que operavam de gerir a imprevisibilidade de um mercado em expansão e aberto à diversificação. A decisão do presidente da EMI e do diretor geral da Odeon de reduzir o cast de artistas da gravadora e dispensar principalmente os intérpretes ligados à Bossa Nova reflete, no entender do autor, o desconhecimento das potencialidades do mercado em absorver a produção destes artistas. A considerável repercussão comercial obtida pelos lançamentos da Elenco comprova isto (*ibidem*). Por outro lado, as dificuldades obtidas por Aloísio de Oliveira em administrar financeiramente a empresa e a procura do público pelos discos nas lojas refletem a incapacidade da gravadora em atender a demanda cujo crescimento ela mesma fomentou. Pode-se dizer que a trajetória da gravadora Elenco é simbólica deste cenário, caracterizado por uma indústria cultural incipiente e com debilidades no sentido de se adequar a um mercado em rápido crescimento, identificar demandas insatisfeitas e tendências de mercado emergentes.

### Referências:

BOSSA Nova, sua história, sua gente. Aloísio de Oliveira (organização) - Coletânea de 3 LP's com diversos intérpretes. Rio de Janeiro: Philips, 1975. LP.

CASTRO, Ruy. *Chega de saudade: as histórias e a história da Bossa Nova*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

ECO, Mister. Rio noite e dia. *O Jornal*, Rio de Janeiro, 5 out. 1965. p. 8.

ELENCO, Uma vitória de Aloísio de Oliveira. *O Globo*, Rio de Janeiro, 7 fev. 1964. Geral, p. 4.

IVAN, Mauro; PORTELLA, Juvenal. Panorama da bossa nova – Aluísio de Oliveira (2). *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 19 mai. 1965. Caderno B, p. 5.

MAMMI, Lorenzo. *João Gilberto e o projeto utópico da bossa nova*. Novos Estudos CEBRAP, nº 34. São Paulo: CEBRAP, novembro de 1992, p. 63-70.

SILVINHA Telles – “Show” & Sucesso. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 26 abr. 1964. Cultura, p. 10.

ZAN, José Roberto. *Do fundo de quintal à vanguarda: contribuição para uma história social da música popular brasileira*. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 1997.

\_\_\_\_\_. *A gravadora Elenco e a Bossa Nova*. Cadernos da Pós Graduação. Instituto de Artes/UNICAMP. Campinas, São Paulo, p. 64-70, 1998.

## Notas

---

<sup>1</sup> Além de ter lançado LP's de estréia e ter produzido diversos artistas do segmento posteriormente designado como Bossa Nova, Aloísio de Oliveira foi um dos personagens-chave que incentivaram e quebraram a resistência de executivos da Odeon para lançarem o LP *Chega de saudade* (1959) de João Gilberto, reconhecido por muitos como o marco inicial da Bossa Nova e um divisor de águas na trajetória da música popular brasileira.

<sup>2</sup> Entrevista consultada através de visita ao link <http://www.millarch.org/audio/aloysio-de-oliveira> realizada no dia 13/03/2017.

<sup>3</sup> Colchetes e grifos nossos.