

Brasil, terra de samba e pandeiro: Um estudo sobre as relações entre a Indústria Cultural e as transformações do samba¹

Lucca Barolo Caló Calin Lao²
Faculdade Cásper Líbero

¹ Trabalho apresentado ao Espaço Graduação, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas

Resumo

Essa monografia tem como foco estudar as transformações do samba a partir das interferências da indústria fonográfica, traçando as mudanças ocorridas nesse gênero durante o século XX e a forma que elas se conectam com a Indústria Cultural, com as atividades políticas, com as teorias comunicacionais, com os tipos de comunicação, com as funções de Relações Públicas e os modos de consumo. Além de trazer um panorama geral da história do samba, suas personalidades, do Carnaval, dos subgêneros do samba e de seus principais momentos na história do Brasil, o estudo ainda visa compreender como o samba conseguiu se tornar um símbolo da identidade brasileira, passando por todas as interferências da sociedade carioca de 1900 à 2000 e demonstrando como os interesses do governo e das gravadoras podem alavancar uma expressão popular tornando-a um elemento inseparável da nossa cultura nacional. Por fim, a monografia traz uma análise das transformações do samba a partir das referências teóricas, mas também da luz para as mudanças que foram essenciais para que o samba ascendesse entre todas as camadas da população brasileira..

Palavras-chave: Samba; Relações Públicas; Comunicação; Indústria Fonográfica

INTRODUÇÃO

O estudo "Brasil, Terra de Samba e Pandeiro" parte do interesse em compreender o samba não apenas como gênero musical, mas como manifestação cultural enraizada na identidade brasileira, que passou por diversas transformações ao longo do século XX. A pesquisa analisa como a Indústria Cultural, em especial a indústria fonográfica, e as estratégias de Relações Públicas influenciaram nas mudanças do samba, promovendo sua consolidação como símbolo nacional. Através de um percurso histórico, o trabalho examina as relações entre o samba e os contextos políticos, midiáticos e comunicacionais, evidenciando os processos de mediação que aproximaram esse gênero das massas e o integraram ao cotidiano popular brasileiro.

OBJETIVOS

A pesquisa busca analisar as estratégias de Relações Públicas adotadas pela indústria fonográfica para que o samba se tornasse um símbolo da identidade brasileira. Como objetivos específicos, destacam-se: contextualizar as condições e os interesses para que o samba se transformasse em um produto cultural consumido pela sociedade; analisar de que maneira a indústria fonográfica se conectou com as transformações do samba; estudar como as transformações do samba foram utilizadas para tornar esse estilo musical aceito pela sociedade; e identificar os elementos de Relações Públicas nas estratégias utilizadas pela indústria fonográfica.

METODOLOGIA

O presente estudo consiste em uma metodologia interdisciplinar partindo de uma revisão bibliográfica, baseada em toda história do samba, desde sua chegada ao Rio de Janeiro de forma totalmente amadora até as grandes gravadoras na década de 1990, a partir das obras conceituadas e de autores referência com o tema, bem como as contribuições de Adorno e Horkheimer para a Indústria Cultural, e de Roberto Porto Simões para as relações diretas de Relações Públicas e o samba, entre tantos outros estudiosos que fortaleceram as teorias de comunicação e todo o contexto de Relações Públicas.

Assim, o estudo traz como quadro teórico de referência diferentes abordagens a partir de alguns teóricos com autoridade em cada tema, relacionando Indústria Cultural (Adorno; Horkheimer, 1982 e 1985), Estudos do Consumo (Douglas; Isherwood, 2004) e Relações Públicas (Kunsch, 1997; Farias, 2019; Moura, 2008; Almeida, 2009; Cardoso, 2010).

DOI: 10.5224/03.2025.1008303

2021; Porto Simões, 1995), mas também de referências na temática do samba e música brasileira como Lira Neto (2017), Jairo Severiano (2008), Francisco Guimarães (1933), Sérgio Cabral (1996a e 1996b), Leonardo Bruno (2022) e Cláudia Matos (1982).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estudo se divide em três grandes blocos, o primeiro apresenta o contexto histórico-cultural do samba; o segundo discute a relação entre a parte teórica e o samba, abordando como a Indústria Cultural, a indústria fonográfica, a mídia e os governos usaram o samba para promover uma ideia de brasilidade, além de evidenciar a história das Relações Públicas, suas contribuições para o contexto brasileiro e como suas estratégias foram utilizadas para as transformações do samba; o terceiro investiga como o samba foi se transformando em símbolo da identidade nacional, apontando os episódios históricos, estratégias comunicacionais e políticas públicas que o impulsionaram.

Portanto, o primeiro capítulo apresenta um panorama histórico do samba, desde suas raízes africanas até sua consolidação como um dos principais símbolos culturais do Brasil. A evolução do gênero é detalhada a partir das transformações ocorridas ao longo do século XX, incluindo a chegada ao Rio de Janeiro, a influência das primeiras escolas de samba, o impacto da indústria fonográfica e o surgimento de novas vertentes do samba. Também são abordados os períodos políticos que moldaram a trajetória do samba, como a apropriação pelo governo Vargas e sua reinvenção durante a ditadura militar. O capítulo reforça o papel da comunicação na popularização do gênero, demonstrando como o samba passou de uma manifestação marginalizada para um dos principais expoentes da identidade nacional.

Já o segundo capítulo traz toda a parte teórica do estudo, com as contextualizações de conceitos importantes para a pesquisa como a Indústria Cultural a partir das reflexões de Adorno e Horkheimer, e sua aplicação no contexto brasileiro. A cultura, que deixa de ser apenas expressão simbólica para se tornar mercadoria. A ascensão da indústria fonográfica no início do século XX no cenário brasileiro, impulsionada por avanços tecnológicos e pela urbanização, sendo essencial para transformar manifestações populares em produtos consumíveis. E os conceitos de Relações Públicas, bem como a contextualização de seu aparecimento nos Estados Unidos, o modo como ele foi se desenvolvendo e sua atuação no contexto brasileiro

O capítulo encerra com o ponto chave do estudo, um exercício comparativo entre os objetivos das Relações Públicas, desenvolvidos por Roberto Porto Simões (1995), e situações que aconteceram no universo do samba e da indústria fonográfica da época

Porto Simões (1995) identifica cinco correntes dentro das Relações Públicas, baseadas na formação de percepção do público: a formação de imagem, que diz respeito a como a organização é percebida; a formação de conceito, que garante credibilidade à instituição; a formação de atitude, que desenvolve uma predisposição favorável do público; a formação de opinião pública, que influencia o modo como determinado tema é visto pela sociedade; e, por fim, a obtenção da boa vontade, que gera engajamento emocional e apoio do público.

Em paralelo, pensando no cenário do samba, quando há a formação de imagem pode-se considerar quando “regras” são impostas para a gravação, há escolha de quem cantará, quais os instrumentos selecionados, a temática e o tom da composição. Na formação de conceito, em diversos momentos houve uma “criação” de conceito sobre o que o samba representava, muito por conta da imagem que era transmitida a partir das músicas gravadas. No âmbito da opinião pública, há a utilização do samba para transmitir as intenções do governo ou quando a indústria entendia a demanda vinda da opinião pública e produzia LPs para atender essa necessidade. Na formação de atitude e boa vontade, percebe-se que o samba gerou um vínculo com a população, que passou a apoiar cada vez mais a música brasileira. Um exemplo disso foi a criação do Clube do Samba por João Nogueira, durante um período de intensa produção de sambistas de diferentes estilos.

O terceiro capítulo analisa como o samba se consolidou como um símbolo da identidade brasileira, destacando os momentos em que o gênero se transformou para alcançar maior aceitação. A pesquisa aponta que o samba se tornou um elemento unificador da cultura nacional, passando a ser reconhecido tanto no Brasil quanto no exterior. São exploradas as estratégias utilizadas para sua disseminação, incluindo a influência da indústria fonográfica, a política cultural do governo e o consumo simbólico do gênero. O capítulo finaliza com uma reflexão sobre a importância do samba como forma de resistência, identidade e comunicação, reforçando sua relevância para a cultura brasileira.

CONCLUSÕES

A partir dos argumentos apresentados, concluímos que dentre as funções e atividades da indústria fonográfica, tanto de forma própria quanto impostas por certos governos, o modo que ela repaginou a imagem do samba, valorizou as composições e os sambistas, e desenvolveu uma espécie de cultura do samba. Mesmo que em muitos casos fossem por questões políticas ou mercadológicas, o samba conseguiu se ficar mais presente

no cenário cultural e social brasileiro, bem como nos meios de comunicação de massa.

Todavia, as estratégias comunicacionais não podem ser percebidas de forma individual, visto que o uso do samba por parte governo e sua presença no rádio foram fatores decisivos para que o estilo musical pudesse ser divulgado para toda população. Cada um teve sua parcela de contribuição, portanto não se pode considerar um único elemento como principal, pois todos estavam interligados. Podemos notar que a Indústria Cultural não foi o único motivo para o samba se tornar esse símbolo identitário do Brasil, visto que a atuação do governo, dos próprios sambistas e dos meios de comunicação foram importantes para o samba mudar, se aperfeiçoar, ascender e se fortalecer dentro da vida cotidiana do brasileiro.

Portanto, o estudo evidencia que o samba só alcançou o status de símbolo nacional por conta de um conjunto articulado de fatores — políticos, midiáticos e mercadológicos — que moldaram sua imagem ao longo do século XX. Ainda assim, as transformações ocorridas em sua estrutura e em sua imagem, permitiram que o samba rompesse barreiras sociais e fosse incorporado por todas as camadas da população brasileira

A contribuição dessa monografia vai além dos objetivos de âmbito pessoal, mas também agrega do ponto de vista acadêmico, pois possibilita novas investigações e novos entendimentos que exploram as relações entre o samba, a cultura brasileira e comunicação, através do papel dessa expressão cultural na construção de identidade e na transmissão de narrativas sociais. O trabalho ainda reforça a importância do samba como uma ferramenta e um meio de comunicação, que ultrapassa a música, sendo uma forma de resistência cultural, de inclusão social, de preservação da memória coletiva e de valorização da arte nacional.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas*. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 1982.

ALMEIDA, A. L. de C. *Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da prática*. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). *Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2009. V. 2. p. 214-242.

BRUNO, Leonardo. *O Livro do Disco – Beth Carvalho: De pé no chão*. Rio de Janeiro: Editora Cobogó, 2022.

CABRAL, Sérgio. *A MPB na Era do Rádio*. São Paulo: Moderna, 1996a.

CABRAL, Sérgio. *A história do samba do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Lancha, 1996b.

CARDOSO, Anita. 50 anos de história das Relações Públicas em Minas Gerais e Espírito Santo. Minas Gerais: Gulliver, 2021.

DOUGLAS, Mary.; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FARIAS, L. A. de. Opiniões voláteis: opinião pública e construção de sentido. S. B. do Campo: ed. Metodista, 2019.

GUIMARÃES, Francisco. Na Roda do Samba. Rio de Janeiro: Tipografia São Bento, 1933.

KUNSCH, Margarida Maria K. Relações Públicas e modernidade. SP: Summus, 1997.

MATOS, Cláudia. Acertei no Milhar – Malandragem e Samba no Tempo de Getúlio. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1982.

MOURA, Cláudia Peixoto de. História das Relações Públicas: fragmentos da memória de uma área. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

NETO, Lira. Uma História do Samba: As Origens. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

SEVERIANO, Jairo. Uma História da Música Popular Brasileira – Das origens à modernidade. São Paulo: Editora 34, 2008.

SIMÕES, Roberto Porto. Relações Públicas: função política. São Paulo: Summus Editorial, 1995.