

Elis Regina e o mercado fonográfico na década de 1970

Andrea Maria Vizzotto Alcântara Lopes¹

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)/PPGHIS

SIMPOM: *Etnomusicologia/Música Popular*

aloandrea@hotmail.com

Resumo: Este artigo pretende apresentar alguns resultados obtidos com a pesquisa de doutorado sobre a trajetória artística e a obra de Elis Regina, enfocando a presença da cantora no mercado fonográfico durante a década de 1970. Como a intérprete é considerada um nome importante e consagrado da MPB, é possível ampliar essa discussão para também compreender a presença da MPB no mercado de discos desse período, bem como a forma de inserção profissional dos artistas e a estratégia das gravadoras, considerando também as necessidades e os interesses específicos dos instrumentistas e cantores, aspecto muitas vezes ignorado na discussão. O estudo da recepção é central em minha pesquisa, que considera o ouvinte sujeito ativo na produção de significados para a canção popular. Esse artigo problematiza o circuito restritivo de consumo atribuído à MPB, dialogando com o referencial teórico da sociologia, ao discutir hábitos de escuta musical, a relação da intérprete com os meios de comunicação e a circulação social de fonogramas. Como fontes, foram selecionadas as listagens produzidas pelo IBOPE, instituto de pesquisa que coletava estatisticamente dados sobre vendas de discos, além de matérias publicadas na imprensa, em jornais e revistas direcionadas a diferentes públicos, e em publicações dedicadas à programação de rádio e televisão.

Palavras-chave: Elis Regina; MPB; Indústria fonográfica brasileira; Meios de comunicação.

Elis Regina and the Music Industry in the 1970s

Abstract: This article presents some results of my doctoral research in the artistic trajectory and the works of the singer Elis Regina, focusing the phonographic trajectory of the interpreter during the 1970s. It is highlighted her importance in building what is called MPB and by following her career I think it is also possible to discuss how was the insertion of MPB in the music industry. The professional trajectory of the musicians and the strategies of the phonographic industry are also subjects of this article, evaluating the specific needs and interests of musicians and singers, a subject often ignored. The study of reception is central, considering the listener as an active subject in producing meaning for popular songs. This article questions a view that considers a limited circle of listeners to MPB, and establishes a dialogue with sociology to discuss music listening habits, the relationship of the interpreter with media and the circulation of recorded music. We use as sources the listings produced by IBOPE, a research institute that collected data on record sales and treated them statistically, as

¹ Tese em História Social, na UFRJ, orientada pelo Prof. Dr. Marcos Bretas, desenvolvida com bolsa concedida pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

well as articles published in various newspapers and magazines of diverse tendencies, among them those specialized in radio and TV.

Keywords: Elis Regina; MPB; Brazilian phonographic industry; Mass media.

1. Apresentação

Esse artigo propõe a discussão da trajetória artística da cantora Elis Regina (1945-1982), abordando as relações da artista com o mercado e os meios de comunicação, sobretudo na década de 1970. Os resultados apresentados integram a pesquisa de doutoramento concluída em 2015, no programa de Pós-Graduação em História Social (PPGHIS) da UFRJ.² Como referencial teórico da minha pesquisa considereei a cantora como coautora das obras que executou, destacando a importância dos intérpretes, aspecto durante muito tempo negligenciado pela historiografia da canção que privilegiou a análise de compositores. Procurei também recuperar o cenário musical e as condições de realização profissional, enfocando as necessidades e interesses dos músicos que participavam da gravação de um fonograma, que tocavam em casas de espetáculos musicais, que compunham a trilha sonora de rádios e televisões pelo Brasil. Para esse artigo estabeleci como recorte temporal a década de 1970 e enfocarei principalmente o mercado de discos.

O estudo de recepção foi central em minha pesquisa de doutoramento, na qual procurei trazer outras narrativas sobre a música popular brasileira, buscando uma alternativa de análise que não se encerrasse no conceito de uma “linha evolutiva” fechada sobre si mesma e que orientou boa parte da discussão da crítica especializada na imprensa na década de 1970, e que ainda parece orientar muitos trabalhos acadêmicos.³ Segundo Marcos Napolitano (2003), a expressão tornou-se popular com a publicação do livro *Balanço da bossa e outras bossas*, de Augusto de Campos, em 1968. Os artigos do livro de Campos defendem as práticas musicais consideradas inovadoras, ao mesmo tempo em que a interpretação de Elis Regina é desvalorizada por ser “excessiva” e “melodramática”. A constante referência a esse livro em estudos acadêmicos e a não problematização da fala do autor parece mostrar a naturalização desse debate, ou a concordância com os seus argumentos.

² Tese em História Social, na UFRJ, orientada pelo Prof. Dr. Marcos Bretas, desenvolvida com bolsa concedida pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

³ A expressão “linha evolutiva” foi proferida por Caetano Veloso em debate sobre que “caminho seguir na música popular brasileira”, publicado pela *Revista Civilização Brasileira*, em maio de 1966.

É difícil realizar um estudo de recepção sobre o período delimitado para a minha pesquisa, sobretudo quando se deseja recuperar a forma de apreensão das obras no período e não apenas a memória sobre elas, que tem sido discutida a partir de fontes orais.⁴ Como fontes, selecionei artigos, *releases*, críticas musicais, que permitem a reflexão sobre os diferentes sentidos das obras formulados por mediadores na imprensa. O conceito de mediação refere-se aos agentes “intermediários” que de alguma forma atuam interferindo na forma como a música popular é produzida, distribuída e consumida.⁵ Entretanto, para além da crítica musical especializada havia outras formas de compreensão por parte do público, que também não era passivo em relação a essa crítica que se pretendia “formadora de opinião”. Assim, problematizei tanto o alcance dessas publicações impressas quanto a passividade que emerge de análises que desconsideram o público como formador de sentidos.

Embora a pesquisa com a crítica musical permita discutir os campos de produção e legitimação artística no período (ARAÚJO, 2005), ela contribuiu para construir uma imagem que considero limitada sobre a circulação social da MPB, que tem sido associada a um campo restrito de consumo e apreciação estética que traz implicações na análise da obra dos artistas e estabelece dicotomias na construção do gosto a partir de critérios apriorísticos que consideram que a MPB não era ouvida e apreciada por amplas camadas da população. Certa noção de “intelectualidade” tem sido atribuída à MPB, ao mesmo tempo em que a pesquisa acadêmica elegeu e ignorou compositores e intérpretes, monumentalizando algumas obras e artistas. À definição que tem sido aceita pela historiografia, como nos trabalhos de Marcos Napolitano (2001), e Santuza Naves (NAVES; COELHO; BACAL, 2006), de que a MPB surge com os desdobramentos da bossa nova, incorporando temas políticos, estando presente nos programas musicais televisivos e nos festivais da canção dos anos 1960, acrescento ou enfatizo que ela se define também por estar plenamente inserida no mercado fonográfico.

Além das críticas especializadas na imprensa, também selecionei como fontes programas radiofônicos e televisivos, que eram importantes para a divulgação da MPB, como afirmou André Midani, em entrevista concedida ao *Jornal do Brasil*, em 1975, “o nosso disco

⁴ Abordagem muito bem desenvolvida por Miriam Hermeto, em tese sobre o livro, a peça teatral e o disco *Gota d'água*, discutindo as três modalidades de execução e circulação desses textos e suas diferentes possibilidades de recepção, seja pela leitura, pela assistência e/ou audiência. Ver HERMETO, Miriam. *Olha a gota que falta: um evento no campo artístico-intelectual brasileiro (1975-1980)*. Tese. UFMG. História, 2010. 440f.

⁵ Sobre o conceito de mediações, ver: LAMARÃO, Luisa Quarti. *A crista é a parte mais superficial da onda. Mediações culturais na MPB (1968-1982)*. Tese. UFF. História, 2012. 270f. HENNION, Antoine. La écoute à la question. *Revue de Musicologie*, T. 88, n. 1, 2002, p. 95-149. HENNION, Antoine. Réflexivités. L'activité de l'amateur. *Réseaux*, 2009/1, n. 153, p. 55-78.

é uma ‘mídia’ sonora. Qual é então a primeira e primária maneira de mostrá-lo? É fazer as pessoas ouvirem.”⁶ É importante ressaltar que estou me referindo às rádios AM, pois as rádios FM – apesar de terem sido introduzidas no Brasil a partir dos anos 1960 – só se popularizaram comercialmente no final da década seguinte, sendo anacrônica a referência a determinados estilos e artistas serem mais populares em rádios AM ou FM, pois essa segmentação se efetiva a partir do final da década de 1970, quando, então, as rádios FM buscam uma outra linguagem sonora, aproximando-se do rock e da música pop.⁷

Certamente, havia uma segmentação radiofônica, sobretudo se pensarmos em emissoras dedicadas à programação religiosa, orquestral ou à música sertaneja. Porém, em grande parte das emissoras comerciais dos grandes centros urbanos, a programação musical era diversificada entre nomes da chamada MPB, do samba – que conquistou enorme sucesso nos anos 1970 – e da chamada música “brega”, além de canções estrangeiras, variando a proporção em que apareciam conforme o horário e a emissora.

A seleção de outras fontes permite cotejar o discurso da crítica com as práticas musicais a que ele se refere e questionar certo discurso “intelectualizado” construído sobre a MPB e afirmações *a priori* de que o seu público era “universitário” ou de “classe média”, que acabam ignorando a sua circulação mais ampla. Afinal, qual o impacto da crítica sobre a circulação das canções? E qual a relação do discurso (e memória) dos responsáveis pelas gravadoras com os procedimentos efetivamente realizados quando não havia a numeração de discos? Os direitos conexos (MORELLI, 1991) dos músicos que participavam da gravação dos fonogramas – ou seja, o pagamento de direitos autorais a cada execução radiofônica, televisiva ou em espaço público – foi uma luta travada pelos artistas da MPB nesse período, sendo um aspecto pouco observado na historiografia da canção popular brasileira. A MPB era um produto altamente rentável e plenamente inserido na indústria cultural e sua inserção comercial fazia parte do debate entre artistas que lutavam para conquistar ou manter o seu espaço.

Problematizando as afirmações que restringem o público consumidor e a forma de apreciação da MPB – e também objetivando recuperar a cena musical do período dada a dificuldade de acesso a fontes para a discussão da recepção, como já argumentei no início desse artigo –, realizei uma análise quantitativa da recepção, utilizando como fontes os

⁶ Matéria “Vale tudo na guerra do disco”, publicada no *Jornal do Brasil*, em 28 de outubro de 1975. *Apud* IDART – Departamento de Informação e Documentação Artísticas. *Disco em São Paulo*: pesquisa 6. Coordenação Damiano Cozzela. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 1980, p. 129. A pesquisa *Disco em São Paulo*, realizada no primeiro semestre de 1976, recolheu e compilou dados sobre a produção do disco comercial na cidade de São Paulo.

⁷ Um estudo sobre a MPB nos anos 1980 pode ajudar a entender a mudança na cena musical, com a música pop e o chamado BRock passando a ocupar espaços cada vez maiores e impactando também a sonoridade da MPB.

relatórios produzidos pelo IBOPE sobre vendas de discos nos anos 1960 e 1970, disponíveis no Acervo Edgar Leuenroth (AEL), na Universidade de Campinas (UNICAMP), e hoje já disponibilizados no *site* da instituição. Os dados do IBOPE – obtidos com os vendedores das lojas de discos e calculados estatisticamente – diferenciam-se dos das gravadoras, que se referem à quantidade de discos fornecida às lojas – ou seja, o que saiu da fábrica, quando ainda não havia a numeração de discos – e não à quantidade efetivamente comprada.

O acesso a programas radiofônicos é bem mais difícil que a materiais impressos, mas o *Museu Virtual do Rádio* disponibiliza acervos pessoais de alguns programas, com os quais foi possível ter acesso às estratégias das gravadoras em sua relação com o rádio.⁸ O desenvolvimento da internet e das redes sociais facilitou o acesso a diversos programas musicais com Elis Regina, disponibilizados no meio virtual por fãs da cantora. A revista *Somtrês*, que começou a circular em janeiro de 1979, também foi uma importante fonte para o acesso à programação radiofônica, pelas matérias que publicava com dados sobre as paradas de sucesso, além de notícias em jornais de grande circulação, como *Jornal do Brasil*, *Folha de São Paulo*, *O Globo*. Em relação ao material artístico e produção fonográfica, dediquei-me não só à análise de discos de carreira – mais comumente discutidos quando se trata de MPB – mas também considerei as coletâneas e compactos que inserem os artistas em outros canais de divulgação e circulação das obras.

O LP da série *Máximo de Sucessos*, do selo Fontana, pertencente à gravadora Philips, lançou, em 1974, a canção *Jorge Maravilha*, composta por Chico Buarque sob o pseudônimo Julinho da Adelaide e emblemática da relação da MPB com a censura. As estratégias das gravadoras ajudam a entender o processo de produção e circulação dos discos, o que é importante ao se considerar a recepção das obras e o potencial de lucro dos artistas para as gravadoras, pois a MPB estava presente em diversos tipos de produtos fonográficos. O compacto simples de Gilberto Gil com *Eu só quero um xodó*, de Dominginhos e Anastácia, lançado em 1973, obteve grande sucesso em vendas e em execução radiofônica, extrapolando o eixo Rio-São Paulo e ampliando a sua grande repercussão também em Recife.⁹

As coletâneas e compactos demonstram não só as estratégias de divulgação das gravadoras para seus artistas, mas também a presença deles entre o público, que não adquiria apenas LPs de carreira, considerados autorais, e construía uma relação de admiração com o

⁸ Um dos programas a que tive acesso foi *Presença da Europa*, produzido pela Companhia Brasileira de Discos (PolyGram) – que reunia os selos Philips e Polydor – entre meados da década de 1960 e início da de 1970. *Site do Museu Virtual do Rádio*: <http://outrasbossas.wix.com/museudoradio#!c1eev>. Acesso em: 27 jun. 2014.

⁹ As listagens do IBOPE a que se tem acesso no AEL referem-se principalmente a essas três capitais.

artista por meio de coletâneas, que, se por um lado, fragmentam o conceito do disco, por outro, permitem ampliar a recepção da obra. Era comum outra forma de coletânea, que era aquela seleção realizada de forma pessoal e caseira, por meio da gravação em fitas cassete, fosse de um LP de carreira, fosse de canções veiculadas no rádio.¹⁰ A gravação por meio da escuta radiofônica traduz uma audição fragmentada, que não precisa de um disco conceitual, que se satisfaz com os sucessos – muitas vezes de artistas que não chegam a consolidar a carreira posteriormente – e que também pode ser entendida como uma possibilidade de ampliação do repertório, diversificando-o musicalmente, devido ao alto custo dos LPs.

Considerando que os compactos simples eram mais baratos, é possível atribuir a sua vendagem a um público de menor poder aquisitivo. Já o compacto duplo, com quatro canções, representava também uma opção mais barata para o público diversificar suas compras e, conseqüentemente, a audição de vários músicos, como propõe Alcir Lenharo (1995) ao discutir a introdução dos compactos duplos no mercado brasileiro, no final da década de 1950. Entretanto, considero não apenas a clivagem econômica como motivo para a compra de compactos, mas também a relação que muitos ouvintes estabelecem com a canção e o artista. Enquanto para um segmento do público o LP possuía um valor cultural maior, por se tratar de uma visão integral, de conjunto, e não fragmentada da obra, para muitos ouvintes poderia não haver essa distinção e os compactos tornavam-se uma possibilidade de acesso a canções de sucesso ou as suas favoritas, sem a necessidade de comprar um álbum completo.

Em relação à carreira de Elis Regina, encontrei dados expressivos sobre a presença dos compactos duplos e simples em sua carreira discográfica. Era uma estratégia da gravadora lançar uma obra em vários formatos, para além do produto LP, maximizando o seu lucro a partir do custo para uma única gravação. Alguns compactos traziam também músicas inéditas que não integraram nenhum disco de carreira dos artistas.

O LP *Elis*, de 1972, foi um grande sucesso de vendas de Elis Regina na Philips. Algumas músicas do álbum já haviam sido lançadas anteriormente em compacto duplo, como *Nada será como antes*, de Milton Nascimento e Ronaldo Bastos, e *Casa no campo*, de Zé Rodrix e Tavito, em dezembro de 1971. Este compacto obteve uma vendagem expressiva, sobretudo no Rio de Janeiro, permanecendo nas listagens do IBOPE em quase todas as semanas de 1972, até o mês de setembro, atingindo os melhores resultados em março, como um dos cinco

¹⁰ A popularidade dessa nova mídia de armazenamento de áudio surgida em 1963 ocasionou um movimento de pirataria debatido nos jornais e entre produtores fonográficos. Também era comum a venda de fitas “pirata” por vendedores ambulantes, resultando em mais outra forma de coletânea possível.

mais vendidos, e em abril e maio entre os dez mais vendidos. Em São Paulo, a repercussão foi bem menor, aparecendo apenas cinco vezes na listagem, embora com bons índices.¹¹

Em novembro de 1972, um novo compacto duplo, contendo *Águas de março*, de Tom Jobim, e *Atrás da porta*, de Francis Hime e Chico Buarque, *Bala com bala*, de João Bosco e Aldir Blanc, e *Vida de bailarina*, de Américo Seixas e Chocolate apareceu na listagem, com grande sucesso de vendas, mostrando novamente a importância dos compactos para artistas da MPB. A repercussão em vendas durou até junho de 1973, no Rio de Janeiro, mas apareceu apenas duas vezes na listagem do IBOPE, no mês de janeiro, em São Paulo. Os dados das listagens sugerem que esse compacto duplo não foi um “teste” para atrair o público para um novo LP, oferecendo uma outra opção de acesso à obra da intérprete, mais econômica e adequada também àqueles que não distinguem o LP como um produto conceitual, coerente e com uma proposta fechada de obra, como já argumentei. Entre os meses de junho e novembro, o LP apareceu na listagem do Rio de Janeiro vinte vezes – entre os cinco mais vendidos em quatro semanas – e apenas onze em São Paulo, embora nesta cidade com resultados mais expressivos, com uma procura rápida e acentuada, enquanto no Rio a procura era mais duradoura mesmo que com menor volume de vendas.

O compacto simples com *Águas de março* e *Entrudo*, de Carlos Lyra e Ruy Guerra, foi lançado junto com o LP *Elis*, em maio de 1972, oferecendo uma música inédita, *Entrudo*, que não estava no LP. Os dois produtos estiveram à venda ao mesmo tempo, sendo que o compacto simples apareceu nas listagens por praticamente quatro meses no Rio de Janeiro e em São Paulo, chegando a ficar entre os dez mais vendidos na capital paulista por três semanas. E o fonograma de *Águas de março* ainda entrou na coletânea *Máximo de Sucessos, n. 7*, já citada anteriormente. Essa canção foi um grande sucesso na carreira de Elis Regina e essa gravação de 1972 pode ser considerada o primeiro sucesso comercial de *Águas de março*. Também em Recife esse compacto simples obteve sucesso, aparecendo por doze semanas entre os mais vendidos – ficando entre os dez primeiros em algumas semanas –, ampliando, dessa forma, a recepção para além do eixo Rio-São Paulo. Presente no compacto duplo, a canção aparece nas listagens do IBOPE como uma das mais executadas nas rádios AM do Rio de Janeiro, até o mês de junho de 1973.¹²

¹¹ Até 1971, a repercussão da obra de Elis Regina era equilibrada entre as capitais Rio de Janeiro e São Paulo. A partir de 1972 a sua obra passa a ter uma recepção maior no Rio, voltando a obter índices mais expressivos em São Paulo com o lançamento do LP e do compacto duplo *Falso Brillante*, em 1976.

¹² Em minha tese discuto a construção de memória sobre a canção *Águas de março*, um grande sucesso na carreira de Elis Regina, sobretudo na gravação de 1972, que, entretanto, tem sido “esquecida” pela valorização da gravação em dueto com Tom Jobim, realizada dois anos depois.

O LP *Elis*, de 1973, aparece nas listagens do IBOPE com índices menores do que os discos de carreira anteriores, e novamente com melhor recepção no Rio de Janeiro do que em São Paulo. Essa defasagem entre os dois maiores mercados de disco do país permanece também para o compacto duplo *Elis* (1973), para o qual não encontrei outras referências. A canção de sucesso do disco – ou, usando um jargão do mercado discográfico, aquela que era ouvida nas rádios e que “puxava” as vendas –, segundo é possível concluir pelas listagens do IBOPE, era o samba *É com esse que eu vou*, de Pedro Caetano e Claudionor Cruz.

O LP *Elis & Tom* (1974) obteve bons resultados no mercado fonográfico, mas, ao contrário de outros lançamentos, apareceu apenas nas listagens referentes a LPs. Priorizando, nesse artigo, a discussão de outros formatos, apresento os resultados para o compacto duplo *Elis* – referente ao LP *Elis* (1974) –, que continha um grande sucesso: *Dois pra lá, dois pra cá*, de João Bosco e Aldir Blanc. Novamente, o compacto aparece cronologicamente depois nas listagens do IBOPE, na primeira semana de junho de 1975, demonstrando que o seu sucesso não foi uma estratégia para promover as vendas do LP, lançado em dezembro do ano anterior. Além dessa canção, o compacto duplo trazia *Na batucada da vida*, de Ary Barroso e Luiz Peixoto, *O mestre-sala dos mares*, de João Bosco e Aldir Blanc, e *Amor até o fim*, de Gilberto Gil. O sucesso desse compacto pode ter relação com o videoclipe apresentado no programa *Fantástico*, da TV Globo, além das execuções em rádios AM. Aparecendo na listagem do Rio de Janeiro em junho, permaneceu por 36 semanas ininterruptas entre os mais vendidos, até fevereiro de 1976, enquanto que em São Paulo esteve entre os mais vendidos apenas por 10 semanas. Com o sucesso em vendas em dois formatos – LP e compacto duplo – maximizavam-se os lucros a partir dos mesmos fonogramas, ou seja, do mesmo custo de produção musical em estúdio e do mesmo material fotográfico e *layout*.

O novo produto fonográfico de Elis Regina foi o LP *Falso Brilhante*, lançado no mercado em fevereiro de 1976, logo após a estreia do espetáculo homônimo que foi apresentado apenas na cidade de São Paulo. Com esse LP Elis conseguiu reequilibrar as vendas entre Rio de Janeiro e São Paulo e fez sucesso também em Recife. Não há dados do IBOPE para o ano de 1977, mas o sucesso do compacto duplo – com *Como nossos pais* e *Velha roupa colorida*, de Belchior, *Um por todos*, de João Bosco e Aldir Blanc, e *Fascinação*, de Marchetti e Feraudy, com versão de Armando Louzada – é posterior ao lançamento do LP, aparecendo nas listagens no final de 1976, em dezembro, como o 9º mais vendido.

Os dados do IBOPE estão disponíveis apenas até 1978, sendo que nesse ano reapareceu um compacto simples de Elis Regina, com as canções *Romaria*, de Renato

Teixeira, e *Transversal do Tempo*, de João Bosco e Aldir Blanc. Desde 1973, eram os compactos duplos e LPs que vinham obtendo índices nas listagens. Também foi possível recuperar, por meio de notícias na imprensa, a importância dos compactos para os artistas da MPB, pois continuariam sendo lançados junto com os LPs até a morte de Elis Regina, em janeiro de 1982, data que delimitou o recorte temporal da minha pesquisa de doutoramento.

O LP *Essa mulher* foi lançado no final de junho de 1979 – agora pela gravadora Warner –, enquanto o compacto simples com *O bêbado e a equilibrista*, de João Bosco e Aldir Blanc, e *As aparências enganam*, de Tunai e Sergio Natureza – apresentadas no programa *Fantástico*, da TV Globo – saiu um pouco antes, em maio. Também foi lançado o compacto duplo com as canções já citadas e *Basta de clamores inocência*, samba inédito de Cartola, e *Cai dentro*, de Baden Powell e Paulo Cesar Pinheiro. Como tenho procurado mostrar, em 1979 os compactos simples e duplos ainda eram importantes para a MPB. Se, como argumenta Marcia Dias (2000), o LP permitiu um novo tipo de trabalho artístico, não eliminou totalmente os outros formatos. Embora não tenha sido possível fazer a mesma discussão com fontes do IBOPE, outros dados, como os boletins da empresa InformaSom – especializada na audição de rádio e que gravava os programas para atender a gravadoras e entidades de arrecadação e distribuição de direitos autorais, e que era considerada confiável pelos meios de comunicação, segundo a revista *SomTrês* – noticiavam que canções de Elis Regina estavam sendo bem executadas nas rádios AM e FM, assim como as de outros artistas da MPB, no final da década de 1970 e início da de 1980.

O último disco de carreira solo de Elis Regina gravado em estúdio é o LP *Elis* (1980), que saiu em novembro. A gravadora Odeon também lançou um compacto simples com *Trem azul*, de Lô Borges e Ronaldo Bastos, e *Se eu quiser falar com Deus*, de Gilberto Gil. Esta última não fez parte do LP, mostrando a importância dos compactos para a circulação de fonogramas inéditos em outros formatos. A canção integraria o espetáculo *Trem azul*, no ano seguinte, em 1981, e após a morte de Elis, a sua nova gravadora, Som Livre, lançou o LP *Trem azul*, com gravação realizada durante o *show*.

Conclusões

Nesse artigo procurei demonstrar como a MPB ocupava um importante espaço no mercado fonográfico, em formatos destinados não só a diferentes tipos de escuta musical como também a um público composto por segmentos sociais variados, problematizando discursos sobre o consumo restrito da MPB, cotejando os discursos com as práticas a que eles

se referem. Dessa forma, procurei também contribuir com a discussão sobre a indústria fonográfica e suas estratégias de atuação no mercado brasileiro.

Referências

- ARAÚJO, Paulo César de. *Eu não sou cachorro, não*. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- CAMPOS, Augusto de. *Balanço da bossa e outras bossas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- DIAS, Márcia. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.
- HENNION, Antoine. La écoute à laquestion. *Revue de Musicologie*, T. 88, n. 1, 2002, p. 95-149. _____. Réflexivités. L'activité de l'amateur. *Réseaux*, 2009/1, n. 153, p. 55-78.
- HERMETO, Miriam. *Olha a gota que falta: um evento no campo artístico-intelectual brasileiro (1975-1980)*. Tese. UFMG. História, 2010. 440f.
- IDART – Departamento de Informação e Documentação Artísticas. *Disco em São Paulo: pesquisa 6*. Coordenação Damiano Cozzela. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 1980, p. 129.
- LAMARÃO, Luisa Quarti. *A crista é a parte mais superficial da onda*. Mediações culturais na MPB (1968-1982). Tese. UFF. História, 2012. 270f.
- LENHARO, Alcir. *Cantores do rádio: a trajetória de NoraNey e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.
- MORELLI, Rita. *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1991.
- NAPOLITANO, Marcos. A canção engajada nos anos 60. In: DUARTE, Paulo Sérgio; NAVES, Santuza Cambraia (Org.). *Do samba-canção à tropicália*. Rio de Janeiro: RelumeDumará: FAPERJ, 2003, p. 127-134. _____. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001.
- NAVES, Santuza Cambraia; COELHO, Frederico Oliveira; BACAL, Tatiana (Org.) *A MPB em discussão: entrevistas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.