
Fábrica de Disco Rozenblit: uma indústria criativa da música no Recife no Século XX¹

Aline Maria Grego LINS²
Universidade Católica de Pernambuco

Resumo

A Indústria Criativa e a Economia Criativa abrigam segmentos que vão desde a Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC até a Música. Este artigo faz um percurso pelos registros deixados por uma das experiências da indústria criativa no Recife no campo musical no século XX, mais especificamente a Fábrica de Discos Rozenblit. Responsável pelo Selo Mocambo, a fábrica desempenhou importante papel para a consolidação da música produzida na região Nordeste, em especial o frevo, marca da identidade simbólica musical pernambucana, que transbordou para outras expressões, a exemplo da dança, figurino e acessórios. O artigo é um resgate histórico, sob o olhar da indústria criativa no Recife, portanto, resultado de uma pesquisa exploratória, metodologicamente calcada na investigação de documentos e produções acadêmicas e bibliográficas sobre o tema.

Palavras-chave: Indústria e Economia Criativas; Fábrica Rozenblit; Selo Mocambo; Frevo.

Introdução

Em seus quase quinhentos anos de existência, o Recife (1537), uma das mais antigas cidades entre as capitais do país, experimenta, nas primeiras décadas deste século XXI, reinventar sua história, testemunha de acontecimentos políticos e sociais, pelo viés da economia como palco de trabalho e de expressão artística e criativa.

Estudiosos e organizações internacionais e nacionais (DCMS, 2001; HOWKINS, 2013; JAGUARIBE, 2006; FAUSTINO, 2013; UNCTAD/ONU, 2008; MINC, 2011; FIRJAN, 2016) identificam mais de uma dezena de segmentos que constituem as denominadas indústrias criativas, a exemplo das artes cênicas, cinema, *design*, artesanato, publicidade, moda, *softwares*, museus, *games*, mídia televisiva, indústria editorial, turismo e música. O Recife é uma cidade cuja economia criativa é contemplada praticamente por todos esses segmentos, alguns com menos ou mais destaque, tais como a produção audiovisual (em particular o cinema), musical ou de *softwares*.

No Brasil, o entendimento da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAM (2016, 2019) é de que treze segmentos podem ser agrupados em quatro blocos pertinentes a indústria criativa: Consumo, Mídias, Cultura e Tecnologia.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Mestrado em Indústrias Criativas, do curso de graduação em Jornalismo, e do Tecnológico Superior em Fotografia da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP.

Para o pesquisador Paulo Faustino, as indústrias criativas estão associadas “a um ressurgimento do interesse na criatividade e nas cidades e no importante papel desempenhado pelas perspectivas geográficas em debates acadêmicos e políticos”. (FAUSTINO, 2017, p. 214).

No caso da música, é inegável o papel que ela tem desempenhado no percurso histórico da capital pernambucana, tanto em termos de produção cultural quanto em valor criativo. Neste artigo vamos tentar identificar, nos rastros deixados ao longo do século XX, vestígios inspiradores da indústria criativa do Recife para o século XXI, mas especificamente, vestígios de uma das experiências que mais parecem se aproximar da ideia de indústria criativa, a instalação e funcionamento da Fábrica de Disco Rozenblit no Recife de 1954.

É importante alertar, contudo, que não se trata de uma reconstituição da história da fábrica. Optou-se neste texto - que faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre a economia criativa recifense no século XX - por um recorte em que serão observadas as contribuições da fábrica de discos Rozenblit (1954 – 1983) para a música nordestina, em especial para o frevo, e seus desdobramentos para o que hoje é denominada de economia criativa. Estamos partindo do pressuposto que essa experiência, em sua trajetória, ajudou a reforçar a identidade e a produção simbólica no que tange ao frevo, bem como a contribuir, durante sua existência, com a economia local. Desse modo, mesmo reconhecendo a ausência de tantos outros eventos que igualmente contribuíram criativa e culturalmente para a identidade da música em Pernambuco, este trabalho procurará restringir-se à análise do evento aqui já citado para indagar se essa experiência poderia ser reconhecida, na sua trajetória, como inspiração para a indústria criativa musical no Recife.

No Brasil, os dados sobre as contribuições das indústrias criativas, base para a economia criativa, ainda são poucos e dispersos. Se hoje é assim, o que dizer do século passado, quando essas atividades criativas eram agrupadas no setor Terciário (comércio, bens e prestação de serviços). Só recentemente, alguns segmentos e seus produtos tangíveis e intangíveis passaram a ser identificados como pertinentes às indústrias e à economia criativas. Assim, metodologicamente, a opção adotada foi buscar identificar as possíveis aproximações entre as iniciativas e eventos da música no Recife do século XX - escolhidas para esta análise - com as características apontadas em estudos produzidos no século XXI.

Optamos como aporte central os estudos de Pedro Bendasolli, juntamente com Thomaz Wood Jr, e Miguel Pina e Cunha (2009), que no esforço para compreender e delimitar o conceito de indústria e economia criativas, analisaram diferentes definições, indo

desde os conceitos de indústrias culturais e indústrias do entretenimento, até o conceito de indústrias do *Copyright*. Eles analisaram textos de autores e de instituições que trataram e tratam do fenômeno indústrias criativas (HOWKINS, 2005; JAGUARIBE, 2006; DCMS - *Department of Culture, Media and Sport*, 2005; MINC, 2006; UNCTAD/ONU, 2004; entre outros). Além do estudo de Bendasolli et al (2009), lançamos mão, também, do mapeamento e dados publicados em diferentes edições pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro - FIRJAM (2016, 2019) bem como edições dos relatórios da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2008, 2010).

A partir do que foi possível apreender da revisão teórico-referencial realizada por Bendasolli et al (2009), identificamos quatro pontos comuns ou recorrentes às características definidoras das indústrias criativas: a criatividade - considerada a matéria-prima principal; a produção de objetos culturais geradores de sentido e significados; a transformação desses significados em propriedade intelectual e, por fim, a interação entre mídia, arte e tecnologia. Buscaremos, portanto, a partir dessas características, analisar os acontecimentos gerados no Recife a partir da instalação da Fábrica de Discos Rozenblit.

Um percurso histórico é resultante de processos de transformações e mutações, avanços e recuos, em que um ou mais acontecimentos do passado não determinam necessariamente o presente. De todo modo, como alerta Marc Bloch³, se “o passado é, por definição um dado que coisa alguma pode modificar (...) o conhecimento do passado é coisa em progresso, que ininterruptamente se transforma e se aperfeiçoa” (BLOCH, 1965, p. 55). Espera-se, assim, que se possa, a partir do olhar sobre a atuação da fábrica e gravadora de discos Rozenblit (1954/1983) identificar elementos que os aproximem dos atributos e características do que hoje se denomina indústria criativa.

A referência aos termos indústria e economia criativa surge na metade dos anos 1990, na Austrália, para logo depois a expressão ganhar ênfase e fôlego em território britânico (*UK - Department of Culture, Media and Sport – DCMS*, 1997), quando foi criada uma força tarefa das indústrias criativas. A criatividade é a matéria-prima mais importante da indústria, portanto, seu produto mais valioso (HOWKINS, 2013). Mas destaque-se que a UNCTAD (2010), em suas pesquisas e análises sobre o tema, não restringe as atividades criativas a componente artístico e cultural, uma vez que a reconhece incorporada em outras atividades

³ March. Bloch foi um dos fundadores da revista francesa *Annales*, no final dos anos 20 e que, segundo Peter Burke (1997), durante mais de 50 anos de existência, produziu a revolução francesa da historiografia, que ficou conhecida como a História Nova.

econômicas, capazes de ofertar produtos simbólicos e gerar propriedade intelectual, consequentemente, riquezas.

O impacto da indústria criativa na economia, para a UNCTAD (2010), é considerado relevante por entender que ela desempenha importante papel na inovação e na gestão dos recursos, sejam eles humanos ou econômicos. Mas, apesar do discurso otimista, os primeiros anos deste século revelam que esses impactos são mais expressivos na economia dos países desenvolvidos. Nos países emergentes, a exemplo do Brasil e outros da América Latina e África, essas indústrias apresentam resultados ainda tímidos (UNCTAD, 2010). O contexto nesses países emergentes não é, todavia, claro porque existem dificuldades em reunir e compilar os dados sobre o desempenho das indústrias criativas, e saber o que de fato é gerado por essas indústrias para suas economias criativas.

No Brasil, um dos trabalhos que tenta dar conta dessa tarefa vem sendo realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN, com o Mapeamento da Indústria Criativa no país, cuja primeira edição foi publicada em 2008 e, desde então, novas edições foram atualizadas, entre elas uma recente, de 2019, que apresenta os resultados obtidos por essa economia em 2017. Segundo esses resultados, a produção do setor criativo brasileiro em 2017 foi responsável por 2,61% do PIB do país, cerca de 171,5 bilhões de reais, 0,03% menos do que em 2015. Essa pequena queda foi atribuída pelos responsáveis pelo mapeamento ao “cenário recessivo dos últimos anos que acabou levando a uma relativa estabilização da participação do PIB criativo no PIB Brasileiro”. (FIRJAN, 2019, p.3). Mas, ainda assim, revela esse mapeamento, o desempenho das indústrias criativas e a economia que estas geram, ainda são melhores do que o de indústrias de outros setores.

Em Pernambuco, segundo a FIRJAN, o setor da indústria criativa no triênio 2013-2015 foi responsável por um 1,6% do PIB do estado, cerca de 2 bilhões de reais, um resultado abaixo da média nacional (2,64%), o que coloca Pernambuco na 9ª posição entre os 27 estados brasileiros. Esse quadro está representado, em sua maioria, pelas indústrias criativas do Recife e Região Metropolitana e, numa certa medida, relacionado a presença do Porto Digital, responsáveis por produções majoritariamente da Tecnologia da Informação e Comunicação-TIC. Segundo dados oficiais do Porto Digital, o parque tecnológico envolve nove mil profissionais, dos quais 800 são empreendedores. (PORTO DIGITAL, 2019). Essa atuação foi ampliada a partir da implantação do Portomídia, que tem como meta transformar o Recife num dos principais polos de suporte tecnológico, a partir da estruturação de uma cadeia de negócios voltados para a economia criativa que abrigue iniciativas com multimídia, *games*, *design*, fotografia, audiovisual e música.

O Recife e a Música

A música está entre as manifestações culturais mais significativas de uma sociedade - e não é diferente para o povo pernambucano, ainda mais quando algumas dessas músicas surgem na urbanidade da capital, a exemplo do frevo. A cidade que viu esse signo musical nascer em espaços públicos, tomando as ruas, sem cerimônia, aprendeu a respeitar suas semioses simbólicas bem como sua capacidade para gerar significações.

O Frevo é, certamente, a principal marca sonora, mas não a única da cidade. No trajeto histórico-musical recifense, além do frevo, outros sons surgiram e também invadiram a cidade. Recife é do frevo, do maracatu de baque solto e de baque virado, do coco, do baião, do xaxado, do forró, do samba, do xote, da ciranda, do *rock*, do *manguebeat*, do *rap*, *hip hop*, da música eletrônica, do brega, do brega-*funk* e de tantos outros sons e possibilidades, que se e misturam e compõem o seu caldeirão multicultural.

Mas, como alertado anteriormente, este texto irá deter-se na presença da fábrica de discos Rozenblit, fundada em 1954 e, na hipótese de que ela contribuiu para que o frevo atravessasse com vigor o século XX, já observando características de uma indústria criativa. Partimos do pressuposto que há na presença da Rozenblit e do seu selo de gravadora, o Selo Mocambo, elementos que os aproxima da energia criativa, da força empreendedora e da capacidade para a inovação próprias das indústrias e da economia criativas.

O Frevo

Quando os clarins anunciaram a entrada do século XX no Recife, as marchas das bandas marciais ainda prevaleciam na cidade, mas já apresentando alterações, que, conforme o ritmo da execução, acelerava ou segurava o dobrado (SOUZA BARROS, 2015; RABELLO, 2004, SALDANHA, 2008). A música de ritmo e passos efervescentes ganharia o nome de frevo, palavra flagrada pela primeira vez no dia 9 de fevereiro de 1907, na edição do jornal recifense O Pequeno (JORNAL O PEQUENO, Anno IX, n. 33, 9 de fevereiro de 1907, p.3) conforme pesquisa revelada pelo historiador Evandro Rabello (RABELLO, 2004). A data tornou-se o marco simbólico do nascimento do frevo e, desde 1992, com a instituição da Lei Municipal nº 15.628, comemora-se em Pernambuco, em 9 de fevereiro, o Dia do Frevo.

Apesar da palavra impressa só aparecer nos jornais em 1907, a música já embalava as festas populares no final do século XIX. Segundo o músico, professor e pesquisador,

Leonardo Saldanha (2008, p. 26), guiada pelas bandas militares, esse ambiente de efervescência marcava os desfiles na cidade:

eram os desfiles das bandas do 4º *Batalhão de Artilharia*, popularmente conhecida como *O Quarto*, e do *Corpo da Guarda Nacional*, popularmente conhecida como *Espanha*, em referência ao mestre da banda o espanhol *Pedro Francisco Garrido*. Posteriormente, passariam a ser os desfiles dos *clubes carnavalescos pedestres* que, com seus cordões carnavalescos, bandas de música ou mesmo orquestra de pau-e-cordas, realizavam manobras⁴ e tocavam aceleradas *marchas* e *polcas* que faziam ferver o povo.

No final do século XIX, a maioria dessas agremiações representava corporações de profissionais que trabalhavam no Recife e/ou cidades vizinhas, acompanhadas pela população mais simples, que descia às ruas no carnaval num passo que fervia. Quem vê a festa que o frevo provoca nos dias de hoje nas ruas, sobretudo no carnaval, não imagina que essa manifestação popular chegou a ser reprimida, com o apoio da elite burguesa da cidade. Apesar da repressão oficial “contra as manifestações populares, a classe trabalhadora do Recife começou a se engajar de forma organizada na festa. Surgiram dezenas de agremiações, reunindo colegas de profissão e vizinhos, saindo a pé – em contraponto à burguesia” (CASSOLI, FALCÃO e AGUIAR, 2007 p. 34).

Essas agremiações ficaram conhecidas como clubes pedestres, que passaram a ser denominados de clubes carnavalescos, entre os quais destacamos, a título de exemplo, o Clube Vassourinhas, fundado em 1889, ano da proclamação da República. O Clube transformou a Marcha nº 1, composta por Mathias da Rocha e Joana Baptista, em seu hino e num dos símbolos mais representativos do frevo e do carnaval de Pernambuco: o frevo do Vassourinhas. Além disso, a Marcha nº 1 traz outro elemento significativo para a história, a presença de uma mulher, Joana Baptista⁵, como uma de suas compositoras⁶.

O frevo ganhou força como manifestação popular, tomou as ruas e as páginas dos jornais, antes mesmo do século XX completar sua segunda década. Numa edição, há mais de cem anos, do Jornal O Pequeno (07/02/1918), o espaço cedido para o carnaval e para o frevo

⁴ Saldanha faz referência à pesquisa de Cássia Araújo, que identificou na edição do *O Jornal Pequeno*, do Recife, do dia 12 de janeiro de 1909, p. 3, um artigo intitulado O CARNAVAL, em que aparecem comentários sobre essas manobras. IN: ARAÚJO – Fundação de Cultura da Cidade do Recife – 1996, p. 338.

⁵ Um documentário sobre Joana Baptista está hoje em fase produção no Recife, sob a direção do jornalista e produtor audiovisual, Camerino Eloy.

⁶ História sobre o frevo e as agremiações carnavalescas pode ser encontrada, entre outras, nas obras de: ARAÚJO, Rita de C. B. *Carnaval do Recife: a alegria guerreira*. Estudos Avançados (USP. Impreso), São Paulo, v. 11, n.29, p. 203-216, 1997; OLIVEIRA, Valdemar de. *Frevo, capoeira e passo*. 2ªed., Recife: CEPE, 1985; RABELLO, Evandro. *Vassourinhas*. [Folclore, 28]. Recife: IJNPS, Departamento de Antropologia, 1977; SALDANHA, Leonardo V. *Frevendo no Recife - A Música Popular Urbana do Recife e sua Consolidação Através do Rádio*. (Tese Doutorado em Música). Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, 2008; TELES, José. *Do Frevo ao Manguebeat*. São Paulo: Editora 34, 2000.

já atestava parte das transformações em curso. Ainda assim, apesar de o texto referir-se à festa popular e trazer a expressão “Olha o Frevo” em destaque, a imagem privilegia representações de figuras fantasiadas distantes ainda dos tipos populares. (Figuras 1 e 2 - fotos registradas no acervo do Arquivo Público do Estado, em outubro de 2018⁷)

Figuras 1



Jornal Pequeno de 7 de fevereiro de 1918. (p.4)

Figura 2



Jornal Pequeno de 8 de fevereiro de 1918. (p.1)

À medida que os anos avançavam, o carnaval e o frevo conquistavam mais espaço e apoio dos jornalistas e dos jornais. Segundo o escritor, crítico de música e jornalista, José Teles, a imprensa foi uma das grandes aliadas do frevo. Ainda que aqui ou ali fossem publicados textos contrários aos alvoroços nas ruas, teriam sido os jornais os primeiros a disseminarem as informações sobre a nova música/gênero - lembrando que estamos falando de um período ainda sem o advento do rádio.

A década de trinta seria um divisor de águas para o frevo. Em 1935, é criada a Federação Carnavalesca de Pernambuco, que, por suas ações consideradas invasivas diante das agremiações e da vida cultural recifense, chegou a receber críticas, entre elas, do sociólogo Gilberto Freyre (TELES, 2008). O frevo, em seu trajeto pelo século XX, também começa a apresentar outros contornos e formas, algumas motivadas por questões menos nobres, a exemplo dos frevos de blocos, com instrumentos de pau e corda, compostos inicialmente para serem tocados com menos energia e mais cadência, ideal para as famílias

⁷ Um fato curioso sobre a figura 2 é que o desenho/gravura que aparece no centro da página, já havia sido utilizado na edição do Jornal Pequeno em de 22 de fevereiro de 1909, mas com títulos e textos diferentes da edição de 1918. Em 2009, apesar de aparecer também em desta a frase “Olha o Frevo”, o texto à época reportava-se apenas, as festas dos salões fechados da então burguesia recifense.

preocupadas com suas filhas, esposas, primas, tias, que queriam brincar o carnaval, mas que não deveriam expor-se às acrobacias mais ousadas do frevo rasgado de rua.

Ainda nos anos 30, o frevo passa a contar com um grande aliado, o rádio. A Rádio Clube, a pioneira no país, teve uma participação decisiva na disseminação. Auxiliado pela nova tecnologia (já a partir de 1936, a Rádio Clube não só transmitia, mas gravava também discos e acetatos, a única no Nordeste a dispor deste serviço), fez com que o Recife se tornasse o centro das gravações de músicas na Região. Segundo Saldanha (2008), essa perspectiva proporcionada pela nova tecnologia acabou funcionando como uma via de mão dupla, uma vez que os músicos, compositores e cantores locais tinham condições de gravar suas composições e, ao mesmo tempo, ter acesso de perto a criações e produções de artistas e músicos de fora do Recife e do estado - foi um momento de interação e de influências.

As contribuições do rádio para a música e para os compositores também serviram para que eles acompanhassem, com sagacidade, suas obras e, portanto, a proteção de suas autorias. Há um caso emblemático nesse quesito (CÂMARA, 1997; SALDANHA, 2008; SILVA, 2000). Trata-se do sucesso de carnaval, cantado até hoje, a marcha “O teu cabelo não nega”, lançado pela gravadora Victor - (RCA Victor), em 1932, no Rio de Janeiro, com Lamartine Babo assinando os arranjos e o cantor Castro Barbosa, como intérprete. Acontece que os pernambucanos, os irmãos João Victor e Raul Valença, conhecidos como Irmãos Valença no Recife, haviam composto a música em 1928 e enviado, em 1931, para a gravadora carioca com o título “Mulata”, que deveria ser gravada por seus artistas e músicos na então Capital Federal do país. Lamartine Babo fez algumas alterações na composição, acrescentando versos e fazendo uma nova introdução, mas os nomes dos compositores recifenses foram totalmente ignorados quando o disco foi lançado. Indignados, os Irmãos Valença entraram na justiça contra o plágio e a gravadora foi obrigada a produzir novos discos incluindo os nomes dos Valença. Como é possível observar, já havia à época a preocupação dos compositores com seus direitos autorais e com sua propriedade intelectual.

Nas décadas de 1940 e 1950, as rádios passaram a explorar os programas de auditório, com variedades e espaço para a música, o que tornou a programação das rádios mais popular. O público podia, então, acompanhar seus artistas prediletos, em performances ao vivo. A partir desse período, vários nomes da música pernambucana se destacaram, entre eles, Claudionor Garmano, Lourenço da Fonseca Barbosa – o Capiba, Raul e Edgard Moraes, Expedito Baracho, além dos que já gozavam de prestígio entre os ouvintes, a exemplo dos maestros Nelson Ferreira, Levino e Zuzinha. A esse período somam-se também os programas de calouros, que revelariam novos talentos na cidade.

A participação ativa do rádio na disseminação do frevo, contudo, seria diminuída com o surgimento de uma nova revolução tecnológica, a televisão, unindo, a exemplo do cinema, imagem e som, mas desta feita no espaço privativo do lar. A novidade inaugurada no Brasil, em 1950, só chegaria ao Recife em 1960. Até esse ano, as rádios reinaram absolutas no Recife - e o frevo também. Mas antes dessa novidade se estabelecer na cidade, outra importante aliada dos compositores e intérpretes do frevo iria juntar-se ao rádio: a Fábrica de discos Rozenblit.

A gravadora de disco Rozenblit e o Selo Mocambo

Os irmãos Rozenblit – José, Isac e Adolfo eram comerciantes no Recife que resolveram, em 1953, patrocinar um disco 78 rpm com frevos, uma música de Nelson Ferreira com o instrumental “Come e dorme” e um frevo-canção intitulado “Boneca”, interpretado por Claudionor Germano (para muitos o melhor intérprete do frevo pernambucano até os dias atuais), composição do maestro José Menezes em parceria com o escritor, compositor e jornalista, Aldemar Paiva. O disco foi um sucesso de vendas.

Os Rozenblit já experimentavam em sua loja “Bom Gosto”, ao lado do cinema São Luís, na Rua da Aurora, área central do Recife, as conquistas com as vendas dos discos que eles traziam importados dos Estados Unidos. A loja era diferenciada das demais: vendia móveis e decorações, suas vitrines eram decoradas e organizadas por artistas plásticos, o espaço funcionava como uma pequena galeria para exposições e, além disso, possuía cabines especialmente preparadas para que os clientes pudessem ouvir os discos que tinham interesse em comprar. Também, nesse mesmo local, eram realizadas gravações de *jingles* publicitários. Dessas experiências com as vendas de discos para a decisão de montar uma Fábrica, foi um pulo rápido e ousado, mas que deu certo (ALVES SOBRINHO, 1993).

Em dezembro de 1954, sob o comando de José Rozenblit, era inaugurada a Fábrica de Discos, com tecnologia americana de ponta para a época, capaz de produzir discos em 78 rpm e os *Long Play*, o LP, que apresentavam melhor qualidade de gravação, além de permitir uma inserção maior de músicas nos discos. O nome escolhido para o selo da gravadora foi Mocambo (TELES, 2008), referência ao termo que os pernambucanos normalmente utilizavam para designar casebres. A partir da instalação da Rozenblit, vários discos de compositores e intérpretes do frevo pernambucano foram lançados e esses lançamentos aconteciam dois ou três meses antes do período do carnaval, para que os sucessos estivessem no passo e na boca do povo nos dias de folia.

Além do Selo Mocambo, a Rozenblit também utilizava os selos Passarela (para coletâneas carnavalescas e samba), Artistas Unidos (para as gravações de músicos do Sul e Sudeste do Brasil), Arquivo (para as coletâneas especiais) e Solar (que era dedicado a sons experimentais).

Segundo Paula Viana Valadares (2007), que escreveu uma dissertação de mestrado sobre o frevo nos discos da Rozenblit a partir do olhar do *designer*, a Rozenblit foi a indústria fonográfica mais completa quando da sua instalação. Além da fabricação dos discos, possuía um grande estúdio de gravação que comportava uma orquestra, era detentora do maior parque gráfico do Nordeste e bancava uma oficina mecânica própria para manutenção das máquinas. Em depoimento a Valadares, o gerente artístico da *Polydisc*, Múcio Araújo, em 2006, afirmou que nenhuma outra gravadora do país possuía, na época, a estrutura da Rozenblit. Ainda segundo Valadares (2007, p. 83), “isso demonstra a preocupação da empresa em deter o controle de todo o processo de produção, desde a gravação, passando pela prensagem e impressão das capas de discos, suprindo o mercado local”.



Acervo da Fábrica Rozenblit – foto da sede no Recife

Mas os empreendedores Rozenblit não se restringiram ao Recife. Abriam filiais no Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul e gravaram com artistas nacionais, a exemplo de Silvio Caldas, Nora Ney, Ismael Silva, Orlando Dias, Agostinho Santos, entre outros. Foi a gravadora responsável pelo lançamento de uma das músicas mais executadas no carnaval até hoje, “Máscara Negra”, de Zeketi. Na década de 1960, a Rozenblit deteve 22% da produção de discos do mercado nacional e 50% do mercado regional (ALVES SOBRINHO, 1993; SARAIVA, VALADARES, 2007). Segundo o historiador Alves Sobrinho (1993), a Rozenblit foi, ao mesmo tempo, fruto da política desenvolvimentista industrial, acelerada a partir do governo de Juscelino Kubitscheck, e fruto do ideal regionalista liderado por Gilberto Freyre, que enaltecia os valores da cultura pernambucana.

Se, no início, a parceria da Fábrica de Discos era com as rádios, posteriormente foi ampliada para o que propiciava a televisão, que, nos primeiros dez anos de existência das emissoras locais - TV Tupi, TV Jornal e TV Universitária - contribuíram com programas que abriam espaço para o frevo e outros ritmos pernambucanos, muito deles apoiados pela gravadora Rozenblit. Mas foi no espaço televisivo e não na gravadora que os novos talentos do frevo apareceram no Recife, entre eles, Teca Calazans, J. Michiles, Carlos Fernando, Fernando Borges, Mário Filho, Gildo Branco e Jaime Griz, Maestro José Menezes e Orquestra.

Na Rozenblit, o espaço destinado ao frevo era dos nomes consagrados, a exemplo dos maestros Nelson Ferreira e Capiba, e do cantor Claudionor Germano. Final dos anos 60 e início dos 70, as transmissões via Embratel mudariam o panorama dos programas das televisões locais. Por sua vez, a gravadora recebia críticas pela ausência de oportunidades para novos e jovens valores que acabavam gravando selos independentes, a exemplo da Capibaribe. As exceções na obtenção desses espaços na Rozenblit aconteceram na década de 70 e teriam sido Freviola, de 1976, e Robertinho do Recife, de 1978 (TELES,2008).

No final dos anos 70 a Fábrica Rozenblit passou a enfrentar grandes dificuldades e a parceira com ritmo regional não foi mais possível. A fábrica fechou suas portas em 1983, abatida pela crise financeira do país e pelas tragédias naturais na capital pernambucana, com as enchentes do rio Capibaribe, em especial as cheias de 75 e do início dos anos 80, que inundaram o bairro de Afogados, onde estava instalada a sede da Fábrica, causando grandes prejuízos.

Mas o seu legado não foi perdido. Hoje, o acervo da Rozenblit está sendo digitalizado e disponibilizado na *intenet*, graças a uma parceria entre a Universidade Federal de Pernambuco e o empresário João Florentino, que dono, nas décadas 80 e 90, de uma importante rede lojas de discos na região Nordeste, a Aky Discos, bem como do selo *Polydisc*, que ficou como detentor do acervo da fábrica Rozenblit. A Universidade atua para o trabalho de identificação, preservação, restauração e segurança do acervo da Rozenblit. “A iniciativa integra o Programa de Extensão Rede Memorial de Pernambuco, aprovado pelo Ministério da Educação, por meio do Edital Proext/MEC/SESU 2015”. (AD LUNA, 2018).

Parte do acervo está sendo disponibilizado nas plataformas do *iTunes*, *Amazon*, *Spotify*, *Deezer*, *YouTube*, segundo explicou em depoimento a AD Luna (2018) o técnico de som, Hélio Ricardo Rozenblit, que é um dos filhos de José Rozenblit, e que trabalha com o empresário João Florentino. AD Luna (2018) destaca, ainda, que há dois anos, o selo inglês Mr. Bongo tem relançado discos da Rozenblit na Europa. Entre os títulos lançados em LP e

CD estão Paêbirú, de Lula Côrtes e Zé Ramalho; Flaviola e o Bando do Sol; e Grande liquidação, de Tom Zé, entre muitos outros.

O frevo, apesar de vários momentos de sucesso, nunca teve vida fácil. Segundo o jornalista e pesquisador Teles (2008), algumas questões justificam essas alternâncias, indo desde o fato da música ficar por um período de sua história confinada às execuções dos dias de carnaval; a resistência de alguns diante das mudanças e modernizações na própria concepção do frevo, a exemplo da inclusão de novos instrumentos ou pela mistura com outros gêneros brasileiros; sem falar em motivos bairristas, as rivalidades ora com as marchinhas cariocas na primeira metade do século XX, ora com a música baiana, na segunda metade do mesmo século, somadas às mudanças na indústria fonográfica e também na forma de produzir e consumir música.

De toda sorte, o final da Fábrica de Discos Rozenblit não foi o final para o frevo. A última década do século XX e os primeiros anos do século XXI trazem com eles diferentes composições e estilos de frevo, destacados na voz e performance diferenciada dos seus intérpretes, misturando frevos, maracatus, ciranda, cocos e outros ritmos e usando, da melhor forma possível, a plasticidade visual que o frevo propicia às imagens em movimento. Se não é mais no rádio nem nos discos, é nos espaços das emissoras de televisão, abertas ou por assinatura e, principalmente, na *internet* e em *shows* que o frevo experimenta outras possibilidades, com artistas a exemplo de Alceu Valença, Jota Michiles, Carlos Fenando, Getúlio Cavalcanti, Antônio Carlos Nóbrega, Geraldo Maia, Silvério Pessoa, Lula Queiroga, Nena Queiroga, André Rios, Lenine, Geraldinho Lins, Almir Rouche, entre outros, só para falar dos que iniciaram suas carreiras no Recife. Tem ainda o Maestro Forró e a Orquestra Popular da Bomba do Hemetério e a Spock Frevo Orquestra, iniciativas, enfim, que conseguiram a proeza de não mais deixar o frevo confinado aos dias de carnaval.

A Fábrica e gravadora dos Rozenblit, por sua vez, revelou que uma cidade fora do eixo Rio-São Paulo, a exemplo do Recife, era capaz de gerar produto e economia para o estado, a partir de uma matéria prima em que a cultura e a criatividade andam de mãos dadas, seja na música, seja na capacidade gráfica, no *design* das capas dos LPs ou na gestão ousada.

Considerações Finais

Este artigo procurou observar o percurso da Fábrica Rozenblit a partir dos quatro pontos apresentados como comuns ou recorrentes as características definidoras das indústrias criativas, ou seja, a criatividade; a produção de objetos culturais geradores de sentido e

significados; a transformação desses significados em propriedade intelectual e, por fim, a interação entre mídia, arte e tecnologia, conforme estudos de Bendasolli *et al* (2009). Entende-se que essas características elencadas como pertinentes às indústrias criativas, ao menos três estão contempladas no percurso histórico da Rozenblit

Não se pode perder de vista que esses não eram conceitos nem cultura nos anos de existência da Fábrica. Mas é inegável que as características elencadas foram marcas da Rozenblit, exceto o ponto que diz respeito a interação entre mídia, arte e tecnologia, considerando que o conceito de interação, na perspectiva das indústrias criativas, perpassa pela fronteira da tecnologia da informação e da comunicação, e pela possibilidade de convergências midiáticas, o que ainda não era possível nas décadas de 50 a 80 do século passado.

A Fábrica de Discos Rozenblit foi uma rica experiência e inspiração de indústria criativa na cidade do Recife, quando em quase três décadas soube conciliar criatividade com inovações tecnológicas, visando à produção de bens culturais capazes de gerar recursos, riquezas e, inclusive, empregos para artistas e técnicos na região por quase 30 anos. Pecou, no entanto, por não manter o foco necessário na inovação, não só tecnológica, mas também de recursos humanos criativos. Praticamente, acomodou-se com o mesmo *staff* de músicos, compositores e cantores - não que não tivessem méritos, pelo contrário, impossível não fazer referência a genialidade de nomes como o de Nelson Ferreira e Capiba, mas a Fábrica Rozenblit deixou de apostar no novo, nas outras possibilidades que um ambiente marcado pela criatividade, como é o da música, poderia render-lhe, tanto no aspecto simbólico-cultural, quanto econômico.

Por fim, no que tange ao Frevo, é possível afirmar que criatividade e inovação batizam esse ritmo desde sempre, desdobrado em vários outros produtos: dança, passo, vestuário, e acessórios dos mais diversos. O Frevo é tradução de criatividade geradora de recursos econômicos e de capital cultural – o próprio Carnaval é uma das provas dessa capacidade. Palco principal do Frevo, que agrega essas diferentes linguagens, além de impulsionar comportamento de consumo, que vão ao encontro ao que o relatório da UNCTAD destaca sobre o impacto causado pelo carnaval, por exemplo, na economia,

por meio dos produtos diretos comercializáveis das apresentações ao vivo e gravadas, que são disponibilizados para venda às pessoas locais e turistas, e por meio dos efeitos indiretos dos gastos dos turistas, cujas visitas têm sido estimuladas pela presença do carnaval. Há efeitos econômicos adicionais, por exemplo, no desenvolvimento de qualificações dos artistas locais e na disseminação de qualificações empresariais entre os empreendedores (UNCTAD, 2010, p. 39).

O percurso histórico contínuo, sem interrupções apresenta a capacidade do frevo de se reinventar e difundir – os primeiros acordes de uma música composta há 130 anos – Vassourinhas, são facilmente reconhecidos e contagiam até os avessos ao ritmo acelerado. Porque a forma de executar e de se expressar se reinventa, a forma do Maestro Forró e sua Orquestra Popular da Bomba do Hemetério é diferente da apresentação da Spock Orquestra, e, mais ainda, como era executada pela Orquestra de Nelson Ferreira, porque, embora a partitura seja a mesma, o modo de consumir esse frevo não é mais o mesmo: ele também se reinventou.

Segundo o Ecad - Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, em 2017, Vassourinhas constava no ranking das 20 músicas mais executadas no carnaval no Brasil (2018)⁸. O frevo é considerado um bem imaterial porque, segundo a Unesco (2018)⁹, resulta da criatividade e também da riqueza cultural em uma combinação excepcional entre música, dança, capoeira, artesanato e outros elementos “que manifestam a inteligência e a capacidade de criação de quem o pratica. Essa capacidade de fomentar a criatividade humana e o respeito pela diversidade cultural são inerentes ao Frevo”. E a existência da Fábrica de Discos Rozenblit, durante três décadas, foi um importante elo entre essa produção musical pernambucana, e o mercado, atestando as ações da Rozenblit com as características pertinentes a indústria criativa.

Referências bibliográficas

AD LUNA. Acervo da gravadora Rozenblit disponível na internet. Disponível em: <https://www.interdependente.com/2015/09/acervo-historico-da-gravadora-rozenblit.html>. Acesso em 28 de junho de 2019.

ALVES SOBRINHO, Antônio. Desenvolvimento em 78 rotações: a indústria fonográfica Rozenblit (1953-1964). Dissertação de Mestrado em História. Recife: UFPE, 1993.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR.; Thomas; KIRCHBAUM, Charles; PINA e CUNHA, Miguel. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades, Revista de Economia e Administração - ERA, jan./mar., n.1 v.49, São Paulo, 2009a. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

_____. Indústrias Criativas no Brasil: cinema, TV, teatro, música, artesanato, *software*. São Paulo: FGV/ATLAS, 2009b.

BLOCH, Marc. L. Benjamim. Introdução à História. Lisboa: Europa-América. Coleção Saber, 1965.

CÂMARA, R. Phaelante. *MPB: compositores pernambucanos; coletânea bio-músico-fonográfica, 1920-1995*. Recife: Massangana, 1997. p. 64. (Estudos e Pesquisas, 96).

⁸ Disponível em <http://www2.ecad.org.br/pt/eu-faco-musica/Ranking/SitePages/rankingFiltro.aspx?cId=14&rId=1050>. Acesso em 1º de novembro de 2018.

⁹ Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/intangible-cultural-heritage-list-brazil/frevo/>. Acesso em 1º de novembro de 2018.

CASSOLI, C., FALCÃO. L. AGUIAR, R. Frevo 100 anos de Folia. São Paulo: Timbro, 2007

ESCRITÓRIO CENTRAL DE ARRECAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO (Ecad). Ranking de Música Disponível em: <http://www2.ecad.org.br/pt/eu-faco-musica/Ranking/SitePages/rankingFiltro.aspx?cId=14&rId=1050>. Acesso em 1º de novembro de 2018

FAUSTINO, Paulo (Coord.) Indústrias Criativas, Media e Clusters. Coleção Media XXI, Lisboa: FORMALPRESS, 2013.

_____. IN: Entrevista a Sônia Virgínia, na Revista INTERCOM. São Paulo: 2017.

FIRJAN – Federação das Industrias do Estado do Rio de Janeiro. Industrias Criativas – Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Firjan, 2016 e 2019 Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/industria-criativa/default.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2018 e 20 jun .2019, respectivamente

HOWKINS, John. Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas. 2013. M. Books do Brasil Editora Ltda. São Paulo.

JAGUARIBE. A. IN: BENDASSOLLI, Pedro F. Estudo Exploratório sobre Indústrias Criativas no Brasil e no estado de São Paulo Relatório 01/2007. FGV-EAESP/GVPesquisa. Disponível em: <http://www.pedrobendassolli.com/npp.pdf>. Acesso em 25 out 2018.

MINC - MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

PORTO DIGITAL. Disponível em: <http://www.portodigital.org> - Acesso em: 20 jun. 2019

RELATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

SALDANHA, Leonardo Vilaça. Frevendo no Recife - A Música Popular Urbana do Recife e sua Consolidação através do Rádio. (Tese Doutorado em Música). Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, 2008. Disponível no [link](#) e [link](#). (acessado em 14.2.2015).

SOUZA BARROS. A Década 20 em Pernambuco. Recife: CEPE, 2015.

TELES José. O frevo rumo à modernidade. Recife: Fundação de Cultura da Cidade do Recife, 2008.

UNCTAD (NAÇÕES UNIDAS). 2008. Comitê de alto nível do Secretário-Geral sobre economia e indústrias criativas para o desenvolvimento. Evento pré-conferência, Genebra, 14-15 de janeiro de 2008. Nota preparada pelo secretariado da UNCTAD (documento TD/423, 7 fevereiro, 2008).

_____. 2010. Relatório de economia criativa 2010 – Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. Disponível em: <https://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>: Acesso em: 30/05/2015.

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco). Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/intangible-cultural-heritage-list-brazil/frevo/>. Acesso em 01 nov. 2018

VALADARES, Paula Viana de R. O Frevo nos discos da Rozenblit: um olhar de designer sobre a representação da indústria cultural. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2007. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-graduação em Design, do CAC/UFPE.