

AXÉ MUSIC: MITOS, ORGANIZAÇÃO E WORLD MUSIC

Armando Alexandre Castro¹

Resumo: O artigo analisa a *Axé Music*, ofertando elementos na tentativa de desconstrução de três mitos nela evidenciados: monocultura, baixa qualidade técnica e sua decadência. Enquanto fenômeno organizacional e comunicacional, este gênero musical baiano recente é responsável pelo registro da Bahia no quadro nacional de gestores de direitos autorais, promotores de eventos e shows. A metodologia utilizada privilegia a análise de conteúdo, tendo como meios de verificação e coleta de dados, entrevistas semi-estruturadas com músicos, técnicos, produtores e empresários musicais de Salvador, além de pesquisa documental relacionada ao campo musical baiano atual.

Palavras-chave: *Axé music*, produção musical, direitos autorais, *world music*.

Introdução

Das surpresas e entusiasmo dos primeiros viajantes estrangeiros, passando pelas cantigas de capoeira e requebros da portuguesa/brasileira/hollywoodiana Carmem Miranda, e chegando aos refrões *pop's* da *Axé music*, a Bahia (re)afirma sua inscrição e presença em parte considerável do cenário cultural internacional. Na MPB, sua presença é central, podendo ser percebida enquanto temática e inscrição vultosa de artistas e autores que a ela se reportaram. Numa perspectiva histórica, cantaram, compuseram e corroboraram com tal participação, nomes como Tia Ciata, Donga, Xisto Bahia, Dorival Caymmi, Assis Valente, Carmem Miranda, Ary Barroso, João Gilberto, Vinícius de Moraes, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Tom Zé, Raul Seixas, Moraes Moreira, Maria Betânia, Roberto Mendes, entre outros.

Desta fonte diversa e multicultural, o surgimento de uma Bahia plural em sua produção musical contemporânea, com trânsito entre o samba-chula do Recôncavo ao *Rock and Roll*, de onde ainda se faz ouvir nas inúmeras cenas musicais soteropolitanas o grito Viva Raul! Bahia do *século XXI*, naturalmente plural e plugada em *links* e *wireless*, consensos e conflitos, timbaus e guitarras.

Neste sentido, se evidenciará neste trabalho, outras possibilidades de compreensão da *Axé music*, tendo como prerrogativas centrais a tríade estética, comunicação e mercado. O gênero baiano massivo enquanto produção, fruição e apreciação estética, mas também sua relevante participação e interação com as tramas mercadológicas e organizacionais alinhadas à indústria fonográfica e musical. Mais uma vez, da Bahia para o mundo, música. Desta vez, com articulação empresarial.

O objetivo deste artigo² é apresentar a produção musical baiana contemporânea denominada *Axé music*, ofertando elementos na tentativa de desconstrução de três mitos (monocultura, baixa qualidade técnica e sua suposta decadência), revelando, com exclusividade, a relevância do Estado no quesito gestão dos direitos autorais, segmento música. A metodologia utilizada privilegia a análise de conteúdo, tendo como

¹ Doutorando pelo Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia (NPGA/UFBA). Professor da Universidade Católica do Salvador (UCSAL). E-mail: armandocastro5@yahoo.com.br

² Este artigo apresenta resultados parciais da pesquisa de doutoramento Música baiana e mercado: a gestão da obra como elemento estratégico de negócios, realizada no Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia (NPGA/UFBA).



meios de verificação e coleta de dados, entrevistas semi-estruturadas com músicos, técnicos, produtores e empresários musicais de Salvador, pesquisa documental e de campo, além de inscrição em boletins eletrônicos relacionados ao campo musical baiano e da indústria musical brasileira.

Breve História da *Axé music*

A breve história aqui apresentada, se faz pela necessidade de contextualização, não se configurando como objeto central de análise, e procura evidenciar a década de 1980, enquanto temporalidade de legitimação dos chamados blocos de trio no carnaval soteropolitano – ampliando consideravelmente o alcance comercial e mercadológico deste – fato que possibilitou o surgimento de novos grupos e bandas musicais.

Miguez (1996) sinaliza que os primeiros blocos de trio no Carnaval de Salvador surgem na primeira metade da década de 1970, a partir da iniciativa de jovens de classe média-alta da cidade. A expressão remete à substituição das atrações musicais tradicionais, tipo charangas e orquestras carnavalescas, pelo trio-elétrico enquanto palco móvel para apresentação de bandas e artistas locais emergentes.

Estimuladas e contratadas por empresários destes blocos carnavalescos, e, seguindo parâmetros estético-musicais apontados pelos Novos Baianos, Dodô e Osmar, Moraes Moreira, Pepeu Gomes, Armandinho, e da religiosidade e força percussiva apontada por blocos afro como Filhos de Gandhi, Muzenza, Badauê, Ilê Aiyê e Olodum, iniciou-se a formação de um relevante conjunto de novos artistas e estrelas de trio em Salvador, tais como Luiz Caldas, Sarajane, Ademar e Banda Furtacor, Virgílio, Jota Morbeck, Djalma Oliveira, Lui Muritiba, Daniela Mercury, Zé Paulo, Marcionílio, Banda Pinel, entre outros.

A estética musical herdada pela *Axé music* é composta por diversos estilos e gêneros musicais locais e globais, como o frevo, o ijexá, o samba, o reggae, a salsa, o rock e lambada, entre outros. Percussão e guitarras – baianas, preferencialmente - temperavam o “caldeirão” de uma cidade que reverbera música e etnicidade. MOURA (2001, p.221) conceitua *Axé music*, a partir desta pluralidade em sua gênese, como não sendo um gênero musical, mas “interface de estilos e repertórios”.

Em 1985, Luiz Caldas lança o LP *Magia*, magistral registro comercial de um artista que logo alcançaria as paradas de sucesso de boa parte do Brasil com a faixa *Fricote (Nêga do cabelo duro)*. Tendo como autores o próprio Luiz Caldas e Paulinho Camafeu, *Fricote* representava uma musicalidade baiana de entretenimento. A ampla receptividade da obra e deste artista com visual exótico reforçava as dinâmicas musicais locais já existentes em Salvador, tais como a musicalidade e a territorialidade dos blocos-afro – relevantes enquanto referência estética para autores, artistas e sociedade.

A intensa presença midiática de Luiz Caldas no cenário musical e sua associação, à época, com o jovem e promissor Bloco Camaleão; a ascensão dos blocos-afro espalhados pela cidade; o interesse e incursão das gravadoras no campo artístico local; o apoio de empresários e radialistas também locais, com relevante destaque para o proprietário de estúdio Wesley Rangel e o radialista baiano Cristóvão Rodrigues, respectivamente; o início de uma aliança entre artistas e as forças políticas, são apenas alguns elementos e indícios que corroboram, à época, com a situação privilegiada da Bahia no campo cultural e artístico nacional.

Moura (2001) sinaliza parte destas transformações enquanto modernização da cidade de Salvador, sendo, inclusive, motivo e tema para outras formas de visibilidade e inscrição no/do carnaval soteropolitano, assinalando a força relacional deste enquanto experiência social comunitária que se estende aos novos modelos de convivência urbana contemporânea. Para Miguez (2002), a década de 1980, então, se configura enquanto consolidação do mercado de bens simbólico-culturais no Brasil, iniciado nas duas décadas anteriores e, no caso Bahia, duas dinâmicas se consolidam, prioritariamente, na formatação e legitimação da *Axé music*: os blocos afro (estética e temáticas) e os blocos de trio (mercado).

Na década de 1990, é este mercado que ativa seus mecanismos, personagens e teias midiáticas, e eleva a *Axé music*, e seus principais interlocutores, ao topo das paradas musicais nacionais, reposicionando no tabuleiro competitivo da indústria fonográfica o gênero sertanejo. Aliando a percussividade dos blocos afro aos acordes e harmonias de bandas e artistas como Luiz Caldas, Sarajane, Reflexu's, Daniela Mercury, Banda Eva, Banda Beijo (Netinho), Chiclete com Banana, Asa de Águia, entre outros, consolidou-se na agenda dos programas televisivos, de rádio, do mercado fonográfico nacional, sendo alvo dos interesses das gravadoras *majors* em atividade no país.

Entretanto, ainda hoje, não raro, a constante presença e legitimação da *Axé music* no cenário musical local e nacional é marcado por dissensões e mitos – estes, compreendidos enquanto idéias não correspondentes com a verdade do fato social. Dentre os mitos, neste trabalho, destaque para o da monocultura, da suposta baixa qualidade técnica e de sua tão propagada crise/decadência/desaparecimento.

Mito I – Monocultura da *Axé Music*

A compreensão de que a produção musical baiana atual é restrita ao *Axé music* é equivocada, e, não raro, amparada no desconhecimento da relevante diversidade presente no campo musical baiano. Ora silenciosa, ora invocando os meios de comunicação, parte considerável da diversa produção musical baiana é exportada diariamente, seja na virtualidade, seja nas remanescentes lojas tradicionais de CD's e DVD's, ou nos inúmeros shows e participações de artistas baianos que se apresentam fora e dentro da Bahia.

Composta por inúmeros artistas esteticamente vinculados ao mundo do Rock, Reggae, Forró, Samba, Samba Junino (semelhanças rítmicas ao Samba Duro de bairros como o Engenho Velho de Brotas), Pagode, Partido Alto, MPB, Salsa/Merengue, *Jazz*, Erudito e *Pop*, a Bahia dialoga sua textualidade e inscrição no competitivo campo das marcas, a partir da relação tradição e modernidade. É bem verdade que, dentre inúmeros gêneros e estilos musicais, é a *Axé music* o maior exemplo de estruturação e organização empresarial, mas não o único. Monocultura pressupõe unidade e ausência de outros discursos e elementos estéticos – não sendo este, o caso da Bahia. A Bahia, e em especial Salvador, congrega produção e fruição de inúmeros gêneros musicais.

Os elementos simbólicos podem conferir à Bahia sentidos do Pop - de popular -, massiva e carismática, onde os registros do percussionista do Olodum erguendo o instrumento de percussão com as cores da África já não mais lhe pertencem... Configura-se enquanto arquivo sempre disponível a *downloads*, evidenciando e disseminando a marca de um Estado com produção musical diversificada que, não raro, agrega e agrada, fixa e desloca constantemente sentidos identitários, (re)orientando olhares, sensações,

experiências e as próprias (re)significações identitárias (HALL, 1999; CANCLINI, 2003).

A *Axé music*, assim como os demais gêneros musicais produzidos na Bahia contemporânea, constitui-se enquanto marca distintiva e agregadora de significantes, relações físicas/metafísicas e potencialidades, tal como qualquer outro gênero musical. Para Norberto Silva (2003), as significações sociais são estruturantes, constituindo utilidade e tessituras identitárias diversas que favorecem consumo e distinção.

Não obstante, a autora aprofunda as discussões acerca da criação, utilização e funcionalidade das marcas na contemporaneidade, identificando, distinguindo, localizando, enquadrando e incorporando sentidos diversos em seu processo de existência, sendo a marca, um campo simbólico que se alimenta do real (o histórico de seus produtos e obras) e do imaginário (através da comunicação). Ou seja, as estratégias corporativas pertencentes à gestão de marcas englobam bens tangíveis e intangíveis que se locupletam e se (re)significam socialmente.

Compreendendo o campo simbólico como a territorialidade mediada pelos signos e símbolos, enquanto elementos “por excelência da integração social” que possibilitam o consenso acerca do sentido do social (BOURDIEU, 1989), o próprio sentido de contemporâneo é constantemente ressignificado mediante as transformações econômicas, tecnológicas e sociais também constantes. Não obstante, a espetacularização (DEBORD, 1997) é um dos sinais contemporâneos mais incisivos, e, sendo assim, a produção musical baiana contemporânea aqui apresentada se locupleta desta estrutura que mundializa cultura(s), atribuindo novos sentidos à contemporaneidade, ao espetáculo.

É o mercado do entretenimento, da indústria cultural centrada especialmente em Salvador e seu Recôncavo, que corroboram com os alinhaves identitários, tanto no sentido dos arcabouços sociológicos quanto naquele dos temas econômicos. Em outras palavras, que Bahia é esta, capaz de competir com transnacionais da indústria fonográfica, por exemplo, tensionando a partir de uma produção musical e fruição estética próprias? Novos e velhos *vetores de sentido* (NORBERTO SILVA, 2003) se inscrevem, e são estimulados, junto ao imaginário nacional e internacional acerca do *lôcus* e *ethos* Bahia.

O mito da monocultura pode estar atrelado à força política, econômica e empresarial dos principais artistas deste gênero baiano. No aspecto político, se articulou relações, benefícios e interesses com governantes e meios de comunicação. O carnaval soteropolitano, por exemplo, vem passando por complexas modificações de modo a atender interesses dos gestores culturais vinculados à iniciativa privada, no campo música. O tradicional e gratuito encontro de trios da Praça Castro Alves não mais existe, e o tradicional circuito do Campo Grande apresenta sinais de decadência e de pouco interesse dos principais artistas.

Nesta direção, a confluência das formas rítmicas e melódicas de uma musicalidade das ruas de Salvador, Recôncavo e demais regiões se interfacia com elementos da cultura mundial pop, multiétnica, multicultural e *world music*, representando a própria “interface de estilos” sugerida por Moura (2001, p.220). Para GUERREIRO (2000) a centralidade da produção musical baiana contemporânea assentada na percussividade é que garante sua inscrição ao universo da *world music*, onde funcionam mais facilmente as fusões entre células rítmicas, entre timbres sonoros, performances, corporalidades e novos sentidos de pertença.

Passando ao campo organizacional, boa parte dos artistas da *Axé music* se articulou, empreendendo

suas próprias empresas relacionadas à gestão cultural – administração das carreiras artísticas e atividades a estas relacionadas, tais como, selos fonográficos, editoras musicais, agências de publicidade, estúdios de gravação, produtora de shows e eventos, entre outras.

A monocultura do *Axé music* em Salvador não procede, mas apresenta evidências de profissionalização, tendo, ainda, objetivos definidos e articulação social entre os atores, fortalecendo o campo. DiMaggio e Powell (2005) afirmam que o campo organizacional só pode ser considerado se houver legitimação empírica e com definições institucionais. Para tal, os autores afirmam que são necessários quatro elementos:

- a) um aumento na amplitude da interação entre as organizações no campo;
- b) o surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões interorganizacionais claramente definidos;
- c) um aumento na carga de informação com a qual as organizações dentro de um campo devem lidar;
- d) o desenvolvimento de uma conscientização mútua entre os participantes de um grupo de organizações de que estão envolvidos em um negócio comum.

Em 1999, visando o maior grau de profissionalismo, solução de problemas coletivos do setor e ampliação dos destinos e públicos da *Axé music*, surge a APABahia – Associação dos Produtores de Axé para o Desenvolvimento da Música da Bahia -, comumente chamada de APA.

O surgimento e desenvolvimento da *Axé music* e de organismos coletivos como a APA Bahia, tanto nos aspectos estéticos quanto organizacionais, remete, em boa parte, à profissionalização e dinamismo da produção artística e musical no Estado da Bahia. Dentre as atividades da APA, o monitoramento da execução de seus repertórios em localidades estratégicas, assim como, a própria empresarização de horários nas rádios comerciais de outros estados, visando a exposição e execução musical dos seus associados. Não obstante, atua no campo político, tendo representação no Cluster de Cultura e Entretenimento do Estado da Bahia.

Não obstante, Salvador, a partir de iniciativas de artistas e da própria sociedade civil, vem apresentando inúmeros eventos relacionados a outras musicalidades. Tanto quanto o *Axé music*, o Rock é merecedor de destaque frente a sua estética e organização.

Dedicação, profissionalismo e amor ao Rock, fizeram surgir na cena soteropolitana a Associação Cultural Clube do Rock da Bahia – ACCRBA -, em 1991. Exemplo emblemático no Brasil, esta associação sem fins lucrativos atua incisivamente na produção e organização de eventos culturais, prestação de serviços em forma de cooperativa, captação de convênios e assessoria junto às bandas de rock. Pioneira dentre as associações de Rock no Brasil, é de sua responsabilidade ações que se solidificam na realização do Primeiro Festival de Rock do Carnaval do Brasil (1994); Primeiro Dia Municipal do Rock do Brasil – 28 de junho, em homenagem a Raul Seixas -, através da Lei 5404/98.

Caracteriza-se, ainda, pela articulação e intransigência quando o assunto é desrespeito ao Rock no Estado, assim como, quando se trata de reivindicar maiores espaços para este segmento. A

ACCRBA possui site, rádio/podcast, comunidade virtual de relacionamento, msn, fotolog, vídeos no *youtube*, grupos de discussão na rede, entre outros. Dentre suas realizações, destaque para o Palco do Rock - realizado no Carnaval de Salvador, bairro de Piatã, onde frequência superior a oito mil pessoas por ano.

A receptividade do Reggae e do Forró na Bahia, por exemplo, despertou o surgimento de eventos específicos e inúmeras bandas destes gêneros com relevante diversidade, inclusive. Bandas e artistas com repertórios que transitam entre o tradicional reggae - raiz, ou *reggae roots* -, aos mais híbridos, com destaque para Edson Gomes, Sine Calmon, Diamba, Adão Negro, Massai, Palmares, Mosiah, entre outros.

O Forró também soube consolidar seu *cast* de artistas e agenda de contratantes. Dentre as bandas baianas, destaque para Estakazero, Colher de Pau, Adelmário Coelho, Flor Serena, Virado no Mói de Coentro, A Volante do Sargento Bezerra, Cangaia de Jegue, Sobe Poeira, Acarajé com Camarão, Tio Barnabé, são exemplos verossímeis de que outros gêneros musicais se estruturaram, estética e mercadologicamente, em paralelo à *Axé music*, e se fazem presentes na mídia.

Mito II – Baixa qualidade técnica

O segundo grande mito relacionado a *Axé music* é estabelecido a partir de sua suposta “baixa qualidade técnica”. Mas o que caracterizaria e fundamentaria esta expressão? Arranjos mal elaborados? Canções repetitivas? Músicos tecnicamente pouco habilitados? Excesso de unidade temática composicional? A participação no campo permite afirmar que tais críticas estão alicerçadas a partir da disseminação do senso comum plugado em desconhecimento e preconceito.

A sensibilidade e qualidade técnica dos músicos, arranjadores e diretores musicais em atividade nas bandas de *Axé music* são relevantes no processo de legitimação desta, ainda que tais informações sejam restritas ao meio musical. Assim, como em qualquer outro gênero musical popular massivo, o virtuosismo não é regra fundante para alcance do sucesso, necessitando, ainda, de elementos outros - rede de relacionamentos, carisma, oportunismo, sorte, inteligência, habilidade e senso estético.

Na *Axé music*, autodidatas e doutores atuam intensamente numa rotina nacional e internacional de ensaios, shows, viagens, gravações, estúdios, etc. O ecletismo na formação destes profissionais só corrobora com a requisitada diversidade constituinte da *Axé music*, potencializando, inclusive, oportunidades. Músicos vinculados ao universo *Axé*, não raro, também acumulam experiências profissionais em outros estilos e gêneros musicais em Salvador, tais como o Choro, *Jazz*, Samba, Rock, Funk, Forró, Eletrônico, entre outros.

Em 2008, o Prêmio Multishow de Música Brasileira premiou um destes renomados músicos, Radamés Venâncio, na categoria Melhor Instrumentista, enquanto Ivete, representante de uma

vertente acentuadamente *pop* da *Axé music*, foi agraciada nas categorias de Melhor Cantora e Melhor DVD (Multishow ao Vivo – Ivete Sangalo no Maracanã).

Detentor de inúmeros prêmios nacionais e internacionais, Carlinhos Brown consegue aproveitar estas situações para discursar sobre uma Bahia sempre planetária e referencial na música nacional, exaltando a capacidade de diálogo estético da produção musical baiana contemporânea.

Sua ampla concepção musical não dispensa os ensinamentos e provocações herdadas de músicos contemporâneos - baianos ou radicados na Bahia -, como Ernest Widmer, Walter Smétak e Lindemberg Cardoso, assim como, numa escala internacional, negocia espaços mediante novos encontros musicais. De sua parceria com o DJ Dero, em 2004, resulta o disco com forte influência eletrônica *Candyall Beat*, que tem como principal *hit* a obra “Mariacaipirinha”. Lançados inicialmente na Espanha, disco e obra alcançam sucesso, remetendo, neste mesmo ano, Carlinhos Brown - naquelas plagas conhecido por Carlito Marron -, à condição de convidado musical do Fórum Universal das Culturas, realizado em Barcelona.

Da parceria feita com Sérgio Mendes, em 1985, conseguiu emplacar cinco composições no álbum "Brasileiro" – ganhador do *Grammy* de melhor disco de *World Music*. Em Salvador, neste mesmo ano, recebe também o Troféu Caymmi. Inúmeros outros prêmios vieram nos anos seguintes, coroando Brown como um dos maiores nomes da *Axé music*, ora como músico, produtor ou compositor.

A estética musical da *Axé music* encontra-se nos referenciais de timbragem e sonoridade contidos nos arranjos, mas, também, a partir do entrosamento musical das bandas e artistas que souberam aliar a força da sonoridade percussiva à variedade de timbres e recursos tecnológicos contidas na organologia ocidental tradicional, como guitarra, bateria, contrabaixo, saxofone, etc. Em outras palavras, o encanto se dá pela magia e carisma do artista, seu entrosamento com seus pares, repertórios selecionados e previamente testados nas dezenas de shows e micaretas realizadas durante o ano, dentro e fora do Brasil.

Mito III – Fim da *Axé music*

A relação arte/espço, nesta discussão, a partir da percepção imponente da produção musical baiana contemporânea no certame das condições geográficas nacionais, evidencia uma territorialidade resoluta em suas convicções de afirmação artística perante o outro - nacional ou estrangeiro; local ou global.

A especulação, neste sentido, acerca da decadência, ou fim da *Axé music* é antiga e pode ser melhor percebida a partir do início do século XXI, e os maiores argumentos encontram-se centrados no declínio de vendas dos produtos fonográficos, e na escassez e ausência de renovação de seus quadros artísticos. Seus principais defensores parecem ignorar que a crise é do setor fonográfico

mundial - mais acentuadamente, do formato CD -, irrompendo-se em inúmeras fusões e desaparecimentos de gravadoras internacionais, além da migração dos artistas para as plataformas de música *online*. Sendo a crise fonográfica mundial, evidente que haveria repercussão produção musical baiana contemporânea, promovendo quebras de contrato e desligamentos de artistas dos *casts* das gravadoras – fato que impulsionou o surgimento e fortalecimento da produção fonográfica local, com inúmeros selos, editoras, produtores e distribuidores de menor porte.

As agendas de shows, as estratégias de diferenciação e inscrição estética e mercadológica são elementos relevantes e não podem ser desconsiderados em tais reflexões. Não obstante, inúmeros artistas e bandas musicais vem sendo incorporadas ao texto da *Axé music*, o que demonstra sua capacidade de renovação estética junto às suas células matrizes advindas do samba-reggae, enquanto marca e território simbólico em processo afirmação, expansão e internacionalização.

A *Axé music* transcendeu, rompendo fronteiras e barreiras mercadológicas e territoriais. Por outro lado, impulsionou o surgimento de setores e atividades que corroboram com o desenvolvimento da música no Estado, além de disseminar a marca Bahia nos quatro cantos do mundo. Nos campos estéticos ou organizacionais, inovou, criando novos mercados e possibilidades de experiências. Novas redes de profissionalidade foram, e continuam sendo implementadas na Bahia, assim como a tessitura de uma ampla teia de relações a partir da legitimação deste gênero em outras localidades.

Por outro lado, a *Axé music* dinamizou o surgimento e desenvolvimento de carnavais extemporâneos pelo Brasil - mais conhecidos como micaretas -, o mercado de trios elétricos e carros de apoio, a promoção de eventos, produção fonográfica, tecnologia aplicada à musica, entre outros.

Nacionais ou internacionais a *Axé music* está presente em eventos relevantes no *show business* musical contemporâneo, comprovando sua vertente pop repleta de influências e informações. Em eventos como o Axé Brasil (BH) – exclusivo do gênero -, *Brazilian Day*, Festival de *Montreux*, *Rock in Rio*, a *Axé music* conquista espaços. Nas edições 2008 do *Rock in Rio Lisboa* e Madrid, artistas como Carlinhos Brown e Ivete Sangalo foram recebidos por um público que, em sua maioria, conhecia e cantava seus principais sucessos.

Dentre as primeiras iniciativas de internacionalização do gênero baiano, está a Copa do Mundo de 1990, na Itália, como assinala o tecladista José Raimundo:

Fomos para Copa do Mundo, na Itália, em 1990. Foi uma grande estratégia comercial da Perdigão que levou o Trio-elétrico para Torino. Foi o primeiro trio-elétrico que chegou na Europa de navio e montado. Na época em que estivemos na Itália, a lambada estava no auge por lá com o grupo Kaoma. Música brasileira eles só conheciam Caetano, Gil, Benjor, Djavan, etc. Enfim, MPB. O Axé era conhecido por uma minoria de italianos que frequentavam o carnaval da Bahia. Quando começamos a tocar ninguém dançava, pois eles têm uma cultura de assistir ao espetáculo e nunca tinham visto um caminhão com um som daquele tamanho. Há um ponto interessante nisso, pois

tinha gente lá de todas as culturas, pois era uma Copa do Mundo.

Desde a segunda metade da década de 1990, os responsáveis pelo Festival de *Montreaux*, Suíça, agendam apresentações de artistas baianos da *Axé music*, corroborando com o processo de expansão e internacionalização da carreira de seus artistas. Margareth Menezes, Olodum, Araketu, Ilê Aiyê, entre outros.

Outro vetor relevante na expansão dos mercados da *Axé music* é o próprio Carnaval soteropolitano que - apesar das recentes controvérsias acerca de seus custos e acentuação de seu viés comercial -, ao se profissionalizar e internacionalizar, corrobora e termina por disseminar, à reboque, as musicalidades e artistas presentes no evento.

O carnaval baiano dobrou de tamanho nos anos 90: de um para dois milhões de foliões por dia participando da festa. Isso se deveu a políticas públicas de atração de turistas? Não. Ainda que, efetivamente, as políticas públicas tenham sido fundamentais para viabilizar infra-estrutura, equipamentos e capacitação de pessoal para receber turistas, o que duplicou a presença desses turistas foi a música baiana. Foi Daniela Mercury, que se tornou a maior vendedora de discos do Brasil no início da década de 1990, levando todo o país a se apaixonar pelo samba reggae “O canto da Cidade”; foi o Olodum, que levou a um patamar de prestígio internacional essa sonoridade rítmica, que conquistou ícones do pop internacional, como Paul Simon e Michael Jackson.

Outro aspecto relevante na argumentação contrária ao fim da *Axé music*, é a cobertura midiática internacional do Carnaval de Salvador, que registra números ascendentes de profissionais cadastrados - fato incontestável de que boa parte do mundo já manifesta interesse no maior evento de rua do mundo e sua musicalidade maior. Não raro, seus artistas excursionam por diversos países, configurando Espanha e Portugal como líderes neste receptivo.

Axé music e a organização da produção musical soteropolitana

A música, enquanto manifestação cultural, artística e agente estético, no último século, consolidou-se diretamente ligada ao desenvolvimento da indústria do entretenimento e *show business*. A partir da invenção do fonógrafo por Thomas Edison, em 1877, o processo de edição musical, por exemplo, consistia no ato de acompanhar e/ou produzir a impressão e a comercialização de partituras, que funcionava como fonte de renda e divulgação para o artista/compositor.

Atualmente, editar música extrapola o comércio de música impressa em papel, alcançando o envolvimento com a administração de relações estratégicas e concorrenciais, das novas tecnologias, poder, inovação, conflitos de interesses, profissionalização e autonomização, entre outros.

No mercado musical, Editoras Musicais são empresas formalmente constituídas junto ao Ministério da Fazenda, e têm como objetivo principal a gestão das obras musicais de determinados compositores (pessoa física).

Sabe-se que nem todo artista musical em atividade na Bahia possui relação com produtoras,

editores e agenciadores de shows; entretanto, parcela considerável deste segmento profissional não somente estabelece esta relação como empreende suas próprias empresas ligadas ao meio artístico, fortalecendo o mercado e a economia local, além de implementarem uma nova categoria profissional no Estado: o editor musical.

Quadro 1 - Editoras Musicais/Salvador

Artista/Autor/Empresa	Produtora	Editora
Carlinhos Brown	Janela do Mundo	Candyall Music
Daniela Mercury	Canto da Cidade	Páginas do Mar
Asa de Águia (Durval Léllys)	Duma	Lelys
Asa de Águia	Duma	Duma Produções
Ivete Sangalo	Caco de Telha	Caco Discos e Edições
Vários	Tag	Tag
Cláudia Lette	Pedaço do Céu	Pedaço do Céu
Mano Góes	Carreira Solo	Malu Edições
Jammil	Carreira Solo	Tao
Banda Eva	Grupo EVA	Pedra Velha Edições
Cheiro de Amor/Pimenta Nativa/Bafafá/Chica Fé	Cheiro de Amor	Oxalá Edições
		SW3 Edições
Harmonia do Samba	Harmonia Produções	Muralha Edições
Oz Bambaz/Laduma/Outros	Ed Dez	Ed Cem Editora
Tchan!/Os Sungas/Vixe Mainha	Bicho da Selva	Bichinho Edições
Babado Novo/Nata do Tchan/Toque Novo		Fábrica da Música
Chiclete com Banana	Mazana	Babel
		Granola
Estakazero	Leke Produções	Leke Editora
Terra Samba	Terra Samba Produções	Terra Samba
		Jerm Produções
Motumbá	Motumbá	Motumbá Edições
Selakuatro	Buxixos Produções	Buxixos Editora
Pida!	Pida!	Pontual Editora
Tenisson Del Rey	Faro Fino	Faro Fino Edições
Netinho	Bem Bolado	Bem Bolado
Rapazolla	Thibiron	Thibiron
Ricardo Chaves	Rafa Produções	Rafa Edições
Ademar da Furta Cor	Periferia Estúdio e Produções	Furta Cor Edições Musicais
Gerônimo/Alfredo Moura e outros	Mundus et Fundus	Mundus et Fundus Edições
Margareth Menezes	Central Produções	Estrela do Mar Edições
Vários	Wave Music	Wave Music Edições
Vários	Pato Discos	Pato Discos e Edições

VoaDois	Penteventos	Penteventos
Maianga	Maianga	Maianga
Vários	MusiRoots	MusiRoots
Vários	Vevel	Vevel
Vários	Plataforma de Lançamento	Plataforma de Lançamento
Vários	WR Produtora e Estúdio	WR Edições
Vários	Stalo Produções	Stalo Edições
Psírico	Penteventos	Xanguá
Tomate	Penteventos	FK
Estação CD	Estação CD	Estação CD
Rede Bahia	Rede Bahia	Bahia Discos
Rafael Pondé	Independente	Good Vibration
Parangolé	Salvador Produções	Sofá da Sogra
Alexandre Peixe	Pequena Notável	Som de Peixe Edições
Lampirônicos	Caatinga Cultura e Entretenimento	Caatinga
Gerônimo	Arco e Flexa Produções	Arco e Flexa
Adelmário Coelho	Daerje Produções	Daerje Editora
Vários	Perto da Selva Produções	Perto da Selva
Vários	Portela Fernandes Representações	João Portela
Olodum	Assoc. Carn. Bloco Afro Olodum	Bloco Afro Olodum
Olodum	Grupo Cultural Olodum	Grupo Cultural Olodum
Cacau com Leite	Cacau com Leite	Jupará

Fonte: Pesquisa de Campo do autor, Janeiro/2010.

Pode-se perceber, no quadro acima, a preponderância dos artistas relacionados ao universo *Axé Music*, enquanto campo musical e simbólico³, apresentando boa parte dos artistas baianos deste gênero musical como também proprietários de editoras musicais, e, sendo assim, gestores de suas próprias obras musicais e repertórios. Neste estudo, é contemplada a gestão da obra musical também exercida diretamente pelo autor, ou aquela empreendida pelo empresário editor.

Apesar do ineditismo e relevância das informações que compõem o quadro acima, vale considerar, desde já, que nem todo artista/compositor baiano de relativo prestígio tenha conseguido estabelecer sua própria produtora e/ou Editora Musical. Dentre os fatores desta limitação, podemos nos referir à inexistência de projetos pessoais e/ou visão estratégica para tal, o pouco conhecimento sobre o tema e suas potencialidades, entre outros.

Neste sentido, a Bahia vem se configurando como o terceiro estado em número de Editoras Musicais no país (revista Sucesso CD/Show Business/ECAD/UBC–2008), sexto em arrecadação pública, inscrevendo alguns de seus Autores na liderança de rankings nacionais e regionais no

³ Compreendendo o campo simbólico como a territorialidade mediada pelos signos e símbolos, enquanto elementos “por excelência da integração social” (BOURDIEU, 2003), que possibilitam o consenso acerca do sentido do social – imprescindível à reprodução da ordem. Neste sentido, o próprio sentido de contemporâneo é constantemente ressignificado mediante as transformações econômicas, tecnológicas e sociais também constantes.

quesito recebimento de Direitos Autorais – categoria Execução Pública.

Sob outra ótica, a do artista, na trama contemporânea engendrada pelos avanços da telemática⁴ e da reestruturação pós-capitalista/fordista, dos avanços das transnacionais nos novos mercados, e do competitivo mercado de eventos musicais e entretenimento, a administração da carreira musical deve ser estratégica, onde o artista/autor/editor representa a tomada de poder pelo próprio artista, vide o caso da Axé music.

Esta etapa, marcada pela nacionalização do processo de produção fonográfica, tem início na década de 1970, a partir da iniciativa de artistas musicais descontentes com os modelos gerenciais exclusivistas das transnacionais em atividade no Brasil à época (DE MARCHI, 2005; ALMEIDA e PESSOTI, 2000). Dentre eles, destacam-se Chico Buarque, Caetano Veloso, Ivan Lins, Gilberto Gil, Ronaldo Bastos, Djavan e, mais recentemente, artistas e grupos como Roupas Nova, Marisa Monte, Flávio Venturini, Zeca Pagodinho, Tom Zé, Dado Vila Lobos, Tom Jobim e Milton Nascimento.

Considerações Finais

A mera e descontextualizada compreensão, neste sentido, da suposta “crise” da *Axé music*, tendo como argumentação central os índices e estatísticas da indústria fonográfica é errônea, como já foi dito. Mas cabe reiterar, ainda, que os shows se configuram a fonte maior de renda destes artistas, não a vendagem de produtos fonográficos. A indústria fonográfica é relevante no mercado de bens simbólicos, é bem verdade, mas sua participação não se configura determinante e exclusivo fator ao sucesso.

Entretanto, é inegável que o rápido sucesso deste gênero musical baiano contemporâneo estimulou comportamentos isomórficos envolvendo mercado e estética, que terminaram por estimular o surgimento de inúmeras produções com baixa qualidade técnica, inclusive.

Enquanto *World Music*, a musicalidade baiana denominada *Axé music* conjuga, exemplarmente, dois aspectos fundamentais: referência rítmica original (percussão) e fusão de gêneros, estilos e células musicais. O constante diálogo entre tradição e modernidade, onde tambores e guitarras encontram-se devidamente ensaiados e dispostos para embates, ora sonoros, ora silenciosos.

A *Axé music*, em diversas unidades de análise, conseguiu estabelecer e manter relação com os principais organismos de comunicação e entretenimento do país, para muito além daquilo que se efetivava como seu período de festa e auge fonográfico. O preconceito estético relacionado à *Axé*

⁴ Telemática entendida enquanto conjunto resultante da articulação entre os recursos das telecomunicações (telefonia, satélite, fibras óticas, etc) e da informática (computadores, periféricos, softwares e sistemas de redes), que possibilitam o processamento, a compressão, o armazenamento e a comunicação de grandes quantidades de dados (texto, imagem e som), em curto prazo de tempo, entre usuários localizados em qualquer ponto do Planeta.

music não encontra lastro em seu campo real de shows, ensaios e estratégias competitivas visando sobrevivência no acirrado mundo dos negócios deste segmento da indústria cultural. Artistas e empresários deste gênero musical souberam estruturar estéticas, mas também a profissionalização e autonomização de um campo.

O desempenho econômico do Estado - amplamente estruturado no setor de serviços -, reconhece a relevância da *Axé music* e carnaval soteropolitano e, não raro, transforma seus principais artistas em estrelas de comerciais turísticos, numa missão de disseminar a marca Bahia, mas, também, de atender àqueles que, em níveis diferenciados, possuem percepção acerca desta territorialidade.

Por outro lado, pensar a *Axé music* com exclusividade no âmbito das relações comerciais, via indústria fonográfica, de produtos individualizados e personalizados é outro equívoco, uma vez que, anualmente, inúmeras coletâneas deste gênero musical são lançadas no mercado nacional e internacional. Não obstante, a potencialidade dos registros fonográficos musicais ainda têm sido pouco estudada, mas é certo se tratar de uma ferramenta comunicacional estratégica no campo da estética musical e seus negócios.

Referências

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2003.

DANTAS, Marcelo. Competitividade internacional em turismo: a identidade cultural contra o mito da qualidade de serviços. In.: *Revista Texto e Contextos/FIB-Centro Universitário da Bahia*. Ano 3, nº 04 (Jul/Dez 2005). Salvador: Editora FIB, 2005.

_____. *OLODUM - De Bloco Afro a Holding Cultural*. Salvador: Edições Olodum e Editora da Fundação Casa de Jorge Amado, 1994.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo – comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DiMAGGIO, P. e POWELL, W., A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais, *Revista de Administração de Empresas (RAE-FGV/SP)*, v.45, n.2, Abr./Jun.2005.

MIGUEZ, Paulo. *A organização da cultura na “cidade da Bahia”*. 2002. 348 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador.

MOURA, M. *Carnaval e Baianidade: arestas e curvas na coreografia de identidades do Carnaval de Salvador*. 2001. 378 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador.

NORBERTO SILVA, Elaine. Consumo, *mimesis* e sentido. In.: Monclar Valverde (Org.). *As formas do sentido*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.