

Axé music

mitos, gestão e world music

Armando Alexandre Castro

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

CASTRO, AA. Axé music: mitos, gestão e world music. In: MOURA, M. *A larga barra da baía: essa província no contexto do mundo* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 196-237. ISBN 978-85-232-1209-4. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Axé music
mitos, gestão e *world music*

ARMANDO ALEXANDRE CASTRO

INTRODUÇÃO

No filme *El Milagro de Candeal*, o diretor Fernando Trueba, centrando sua argumentação em essencializações acerca da musicalidade, da cultura e religiosidade da Bahia, apresenta o encontro do pianista cubano Bebo Valdez e Carlinhos Brown. Já nas primeiras cenas, Bebo Valdez confia ao músico, compositor e pesquisador baiano Mateus Aleluia (Grupo Tincoãs, Cachoeira, Bahia), o conselho que lhe deu, em 1947, uma ialorixá – também cubana –, caso prosseguisse em sua investigação musical e antropológica motivada por questionamentos identitários: conhecer a cidade de Salvador, Bahia.

À beira-mar, o diálogo entre os músicos é precedido de inúmeras outras cenas que apontam indícios e entrelaces dos aspectos religiosos, culturais e musicais baianos inscritos ao longo do tempo e história, como que atendendo às expectativas de parcela considerável de estrangeiros e suas imagens/impressões de uma Bahia mítica e paradisíaca. A película segue. Do simpático taxista, ele recebe uma sonora e entusiasmada acolhida: que fosse bem-vindo

à Bahia, terra da felicidade. Em seguida, surge a estátua de Vinícius de Moraes em Itapuã. Após o desembarque no Pelourinho, a ida a uma das igrejas, onde presencia um ensaio musical de Mateus Aleluia e integrantes do grupo musical cachoeirano Gêge Nagô. Na cena seguinte, eis que surgem Carlinhos Brown e o Grupo Zárabe, numa espécie de aquecimento pelas ruas e becos do Candeal Pequeno, como num ensaio a céu aberto do que aconteceria mais adiante na apresentação e aparição destes numa das festas mais tradicionais de Salvador: a de Yemanjá.

As imagens apresentam alguns elementos emblemáticos da marca Bahia no mundo globalizado: música, protagonismo e performance artística, criatividade, diversidade, em que tradição e modernidade dialogam, não raro, sem maiores incidentes na visão do diretor. Por outro lado, revela as estratégias arquitetadas de veiculação e associação de elementos simbólicos a marcas territoriais distintivas, a partir da seleção de elementos que redimensionam a imagem de uma Bahia marcadamente étnica, exótica e espontânea, tal como apontaram viajantes, brasilianistas e naturalistas que por estas terras se aventuraram em outros tempos.

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* 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 e Roberto Mendes, entre outros.

Desta fonte diversa e multicultural, vê-se 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, conflitos, timbaus e guitarras.

Entretanto, é aí que se percebe o maior desafio da produção musical baiana contemporânea, sendo que poucos olhares midiáticos têm conseguido perceber tal diversidade. Não raro, a escassa visibilidade midiática desses diversos fazeres musicais locais e suas complexas redes de pertencimento e conectividade têm dado lugar ao desconhecimento ou à disseminação de discursos e textos que omitem – alguns casos – e/ou distorcem as cenas musicais soteropolitanas. Isto reitera a necessidade de não somente produzir canções, grupos e elaborações estéticas, mas executá-las e publicizá-las diante de um maior número possível de pessoas, tal como afirma Nando Reis na obra *Itaim para o Candéal* – faixa que encerra *Timbalada* – primeiro disco do grupo homônimo, lançado em 1993: “Gosto de tocar no rádio, o que parece óbvio é fundamental”. (CONCEIÇÃO, 1993)

Neste sentido, serão evidenciadas neste capítulo outras possibilidades de compreensão da *axé music*, tendo como prerrogativas centrais a díade estética e mercado. O gênero baiano massivo enquanto produção, fruição e apreciação estética, como 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.

Assim, apresenta-se aqui a produção musical baiana contemporânea denominada *axé music*, aportando elementos na tentativa de desconstrução de três mitos construídos em torno

de si: monocultura, baixa qualidade técnica e decadência. A metodologia utilizada privilegia a análise de conteúdo, tendo como meios de verificação e coleta de dados a pesquisa de campo, com aplicação de entrevistas semiestruturadas com músicos, técnicos, produtores e empresários musicais de Salvador, além de pesquisa documental.

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.

Míguez (2002) 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. 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.

Estimulada e contratada por empresários destes blocos carnavalescos e seguindo parâmetros estético-musicais apontados pelos Novos Baianos, Dodô e Osmar, Moraes Moreira, Pepeu Gomes, Armandinho e a 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 e 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. Percussão e guitarras – baianas, preferencialmente – temperavam o “caldeirão” de uma cidade que reverbera música e etnicidade. (MOURA, 2001, p. 221) Moura (2001) conceitua *axé music* a partir desta pluralidade em sua gênese, como não sendo um gênero musical, mas “interface de estilos e repertórios”.

Trataremos dessa questão adiante, mas cabe salientar que, em meio a essa diversidade, observavam-se duas predominâncias no carnaval soteropolitano até a primeira metade da década de 1980: Dodô e Osmar no quesito trio-elétrico e o frevo enquanto gênero musical massivo. É Luiz Caldas quem desloca consideravelmente estas referências, inscrevendo não somente o trio-elétrico Tapajós, mas o ijexá nas rádios comerciais da cidade. O Tapajós – propriedade de Orlando Tapajós – é palco, inclusive, da banda Acordes Verdes, que tinha Luiz Caldas como seu cantor e idealizador.

Em 1985, Luiz Caldas lança o *LP Magia*, 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 da estampa deste artista com visual exótico reforçava as dinâmicas musicais 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 destaque para o proprietário de estúdio Wesley Rangel e o radialista Cristóvão Rodrigues, respectivamente; e o início de uma aliança entre artistas e forças políticas são apenas alguns elementos e indícios que se somavam, à época, com a situação privilegiada da Bahia no campo cultural e artístico nacional.

O novo cenário musical baiano, de meados da década de 1980, necessitava de nome, paternidade e referências para registro. Convencionou-se, então, a partir de inscrições e iniciativas jornalísticas: Luiz Caldas, o pai; o LP *Magia* e a música *Fricote*, marcos iniciais. Vamos a eles: a expressão *axé music* é reforçada coletivamente a partir de textos e críticas do jornalista Hagamenon Brito, que procurava negatar tal produção musical. Na relação inicial de seus primeiros artistas e a imprensa, a diminuta compreensão acerca do estilo contemplava a sua dependência com relação ao setor fonográfico nacional, e quase sempre orientava para a suposta ausência de criatividade e baixa qualidade técnica de seus músicos e intérpretes.

A correlação de forças midiáticas e musicais procurou, sem sucesso, ofuscar que a nomenclatura *axé music*, para além dos preconceitos e estereótipos, continha a possibilidade de fusão, do encontro entre estéticas e instrumentos musicais distintos: *axé* representava o afro, o tribal, o negro, o candomblé; *music* contemplava o *pop*, a *world music*, neste caso, estilizado pelo encontro de guitarra e timbau, além da mediação pela voz em refrões fáceis e repetitivos.

No que concerne à necessidade de instituir paternidade e referências, há controvérsias. Luiz Caldas, o álbum *Magia* e a obra *Fricote* não necessariamente têm que ser considerados marcos iniciais, mas indícios relevantes na historiografia da *axé music*, enquanto suas primeiras referências mercadológicas. Deve-se

considerar o caráter processual deste fenômeno, tal como Norbert Elias (1995, p. 234) sugere: “[...] nada mais inútil quando lidamos com processos sociais de longa duração do que a tentativa de determinar um começo absoluto”. Artistas atuais, à época, já se apresentavam e lançavam discos antes mesmo de Luiz Caldas – o Chiclete com Banana, por exemplo, lançou em 1983 dois discos: *Traz os Montes e Estação das Cores*.

O fato mais marcante é que, em 1986, o álbum *Magia* atinge a marca de 120 mil cópias vendidas. A exposição midiática e musical de Luiz Caldas, à época, representava novas possibilidades para a indústria fonográfica nacional, que prontamente se voltaria para a mais nova produção musical soteropolitana. É neste contexto que surge e se substancializa no cotidiano da cidade, e mais tarde do Brasil, a composição *Faraó*, de autoria de Luciano Gomes, elencando o Olodum e seus ensaios no Pelourinho como vitrine de composições e compositores emergentes. Nestes ensaios, artistas e autores apresentavam e experimentavam suas músicas, em busca de legitimação popular. A ocorrência de tal aceitação representava alcançar outras etapas da produção musical que desembocaria em profissionais como Wesley Rangel e Cristóvão Rodrigues.

Neste relato, vale o registro de que o Olodum, mediante a pronta aceitação popular de suas obras, cantores e de seu ensaio na famosa “Terça da Benção”, passou a promover duas modalidades deste: aberto e fechado. O “ensaio aberto” era realizado nas noites de domingo, no Largo do Pelourinho; o “fechado”, nas noites de terça-feira, na quadra do Teatro Miguel Santana, sendo necessária a aquisição comercial de ingressos.

Neguinho do Samba, percussionista experiente e responsável pelos arranjos percussivos da banda Olodum, apresentava boa parte de suas “experimentações” sonoras, fundindo o samba-duro baiano e o reggae jamaicano, chegando às células rítmicas do samba-reggae – base rítmica predominante e característica da *axé music*.

Neste sentido, Gilroy (1993) reflete acerca da modernidade a partir das culturas do Atlântico Negro, caracterizada pelo seu aspecto híbrido, e não restrito a etnicidade e nacionalismo. A partir desse autor, pode-se também problematizar a *axé music*, bem como alguns elementos de sua gênese – por exemplo, o fenômeno disseminador dos blocos afro soteropolitanos. Parte considerável de artistas da *axé music* procurou se desvincular desta temática, enquanto outros a tomaram como central em seu repertório.

Lima (2002) enriquece esta discussão a partir de três exemplos soteropolitanos emblemáticos – Ilê Aiyê, Olodum e Timbalada –, afirmando existir entre estas trajetórias discursivas distintas envolvendo música e etnicidade. A ampla atuação nacional e internacional do Grupo Cultural Olodum realçou e impulsionou sua dinamicidade e complexidade organizacional, dialogando tradição e modernidade a partir de ideais vinculados à etnicidade e, em especial, aos dilemas e dramas do afrodescendente baiano e brasileiro, como observou Dantas (1994).

Acerca da percussão enquanto elemento da *axé music*, ainda hoje se pode perceber sua predominância nos blocos afro, blocos de trio, artistas e bandas responsáveis pela música dos blocos de corda, ainda que alguns blocos afro tenham aventurado associar experiências percussivas a instrumentos harmônicos e melódicos. Um dos principais precursores desta transformação, o bloco Ara Ketu, chegou a ser criticado por se distanciar dos seus elementos e objetivos iniciais, como num processo acentuado de descaracterização. (GUERREIRO, 2000)

As transformações não estavam restritas ao universo da *axé music*, mas à própria cidade... A década de 1980 não apresentou somente o início da aparição midiática e estruturação empresarial do gênero em questão, mas o início de um conjunto de transformações socioeconômicas e culturais no Estado, tais como os primeiros

anos de atividade do Complexo Petroquímico de Camaçari; da disseminação de *shoppings centers*; do maior complexo de comunicação do estado (Rede Bahia); da aparição e fortalecimento de grandes organismos empresariais carnavalescos, chamados blocos de trio (Miguez, 2002); do surgimento dos blocos afro e ampliação de suas atividades, contando inclusive com registros fonográficos; de encontros musicais inusitados até então, como o Concerto da Orquestra Sinfônica da Bahia com o Afoxé Filhos de Gandhi, fruto de provocações e reivindicações de artistas e compositores baianos; de Carlinhos Brown e seu *Vai quem Vem*, grupo que se desdobraria posteriormente, em sua perspectiva musical e multiétnica intitulada *Timbalada*.

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, configura-se enquanto consolidação do mercado de bens simbólico-culturais no Brasil, iniciado nas duas décadas anteriores; 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, Banda Reflexu's, Daniela Mercury, Banda Eva, Banda Beijo (Netinho), Chiclete com Banana e Asa de Águia, entre outros, consolidou-se na agenda dos programas televisivos e radiofônicos

associados ao mercado fonográfico nacional, sendo alvo dos interesses das gravadoras *majors* em atividade no país.

O repentino sucesso comercial e midiático da *axé music* também oportunizou comportamentos isomórficos no mercado, além de inúmeros registros negativos. Um deles, a proliferação de considerável contingente de bandas, intérpretes e empresários que não privilegiaram o lado artístico de suas produções, deixando na história fonográfica deste gênero álbuns e gravações de questionável qualidade.

Numa outra perspectiva, sua extensão efetiva aos dias atuais encontra-se diretamente relacionada ao próprio desenvolvimento do carnaval soteropolitano e suas múltiplas atividades inter-relacionadas. Dentre elas, destaque para os blocos de cordas e o conjunto de organizações empresariais advindos das estrelas e artistas deste segmento musical, motivando discussões e embates ideológicos acerca de elementos presentes e constituintes de aspectos circunscritos a tradição e modernidade.

Entretanto, ainda hoje, não raro, a constante presença e legitimação da *axé music* no cenário musical local e nacional é marcada por dissensões e mitos – estes compreendidos aqui enquanto ideias não correspondentes à verificabilidade 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 à *axé music* é equivocada (Quadro I) e, não raro, amparada no desconhecimento da 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 virtualmente, seja nas remanescentes lojas tradicionais de CDs e DVDs, seja ainda 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, 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 significa unicidade e ausência de outros discursos e elementos estéticos, não sendo este o caso da *axé music*. A Bahia, em especial Salvador, congrega produção e fruição de inúmeros gêneros musicais.

Bairro	Espaço/Casa de Show	Gêneros Musicais
Rio Vermelho	Boomerangue Casa da Mãe Tom do Sabor Espaço Jequitibar/Varanda do SESI Borracharia All Music Bar The Twist Pub	MPB, Salsa, Forró, Pop, Rock, Reggae, Eletrônico, outros.
Paralela	Bahia Café Hall Wet'n Wild Parque de Exposições	<i>Axé music</i> , Pagode, Sertanejo, Salsa, Forró, Pop, Rock, Reggae, Eletrônico, Gospel, outros.
Comércio	Museu do Ritmo	<i>Axé music</i> , Pop Rock, MPB.

Orla	Mamagaya Beach Beer Oba Oba Music Hall	Pagode, <i>Axé music</i> , outros.
Avenida Contorno	Bahia Marina Cais Dourado	<i>Axé music</i> , Pop Rock, MPB.
Ribeira	Marina da Penha	Pagode e Arrocha.
Barris	Beco de Rosália	MPB.
Pituba	What's Up Rock It Pra Começar Hit Music Bar Trindade Music bar	Pop Rock, Forró, <i>Axé music</i> , Funk, e Reggae.
Barra	Club Lotus Bohemia Groove Bar	Eletrônico, Forró, Pop Rock, <i>Axé music</i> .
Jardim dos Namorados	Madre	Forró, <i>Axé music</i> , Pop, Funk, Pagode, Eletrônico, MPB.
Boca do Rio	Empório	Forró, Pagode e <i>Axé music</i> .
Garibaldi	Estação Ed Dez	Pagode, Forró, <i>Axé music</i> , Pop Rock e Gospel.
Campo Grande	Concha Acústica do TCA	MPB, Reggae, <i>Axé music</i> , Forró, Rock, outros.
Itaigara	Parque da Cidade B-23 Lounge Music Bar	MPB, Reggae, Rock, Forró, outros.

Quadro I – Bares, Boates e Casas de Shows/Eventos em Salvador

Fonte: Pesquisa de campo do autor realizada entre os meses de novembro e março/2010.

Os elementos simbólicos podem conferir à Bahia sentidos do *pop* massivo e carismático, em cujo âmbito os registros do percussionista do Olodum erguendo o instrumento com as cores

da Jamaica 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 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 afirmação, sendo a marca um campo simbólico que se alimenta do real (o histórico de seus produtos e obras) e do imaginário (o histórico construído através da comunicação). Ou seja, as estratégias corporativas pertencentes à gestão de marcas englobam bens tangíveis e intangíveis que se complementam e se (re)significam socialmente.

Esta relação – consumo e lógica social – também é analisada por Bourdieu (1989) em considerações acerca da distinção social e da sociedade de consumo. Sahlins amplia esta discussão evocando conceitos estruturantes do capitalismo industrial e pós-industrial, em que pessoas e objetos estariam “[...] unidos em um sistema de avaliações simbólicas, sendo o próprio capitalismo um processo simbólico”. (SAHLINS, 2003, p. 209) Por sua vez, Castoriadis (2000, p.142), ao descrever as ordens racionais existentes nos

campos simbólicos específicos, adota a expressão “universo significativo” para tal assunto.

Neste sentido, a lógica social do consumo enquanto elemento distintivo e detentor de significações sociais e sentidos pode ser incorporada ao configurar a *axé music* enquanto marca impulsionadora de novas lógicas e atores sociais. Elias (1995, p.) advoga que a condição humana é desejosa de diferenciação e *status*, a partir de regras socialmente instituídas e legitimadas de valores e hierarquizações distintivas mediante o consumo. Tais valores “[...] são sempre determinados também pela nossa esperança de ver que os outros têm consciência do nosso mérito, ou pelo aumento do nosso prestígio pessoal”. (ELIAS, 1995, p. 50-51)

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.

Sendo assim, a *axé music*, enquanto produção simbólica, contribui para a inscrição do produto Bahia mundo afora, como é comum em outras territorialidades que articulam elementos e feixes constitutivos de seu patrimônio cultural como estratégia de atratividade e mercantilização de produtos turísticos formatados, dinâmicos e globalizados. Para Ianni (1999, p. 124), a obtenção de renda mediante negociação do seu espaço, das suas culturas e produções simbólicas, além de provocar deslocamentos, integra-se ao contemporâneo, sendo que:

Em todas as esferas da vida social, compreendendo as empresas transnacionais e as organizações multilaterais, os meios de comunicação de massa e as igrejas, as bolsas de valores e os festivais de música popular, as corridas automobilísticas, as guerras, tudo se tecnifica, organiza-se eletronicamente, adquire as características do espetáculo produzido com base nas redes eletrônicas, informáticas, automáticas, instantâneas e universais.

Eis, então, que a telemática e as convergências em redes eletrônicas realçam o poder do simbólico contemporâneo, contribuindo para configurar o âmbito das políticas neoliberais. Nesta lógica, no campo baiano, são inúmeras as iniciativas governamentais não somente relacionadas à *axé music*, como também a outros estilos. No bojo das atividades desenvolvidas pela extinta Secretaria de Cultura e Turismo do Governo do Estado da Bahia, até 2006, projetos como o *Emergentes da Madrugada*, *Bahia Singular e Plural* e *Sons da Bahia* permitiram o registro fonográfico de boa parte desta diversidade cultural do Estado.

Mais uma vez, no caso Bahia, a visibilidade ressalta apoios de agências governamentais aos seus artistas, uma vez que, não raro, dada a força midiática e massiva de seus repertórios e incursões, estrelam campanhas publicitárias estratégicas que destacam as potencialidades culturais e naturais do estado para seus principais centros emissivos de turistas. Trata-se da música e da etnicidade como elementos simbólico-culturais e fatores motivacionais de deslocamento turístico.

O simbólico, neste caso, produz reconhecimento, afetividade, representatividade – política, inclusive – e ignora o arbitrário, o desacreditado e o ilegítimo. Ainda assim, compreendendo desta forma o campo simbólico, não se pode excluir as outras forças e poderes nele inscritas, dentre essas, a produção artística e as relações e conflitos daí advindos. Um deles é a competitividade – a guerra fiscal é apenas um caso – entre os próprios estados brasileiros,

tendo como suporte, de um lado, as suas produções artísticas e culturais, e do outro, a força dos meios de comunicação aí instalados enquanto atores relevantes nas tramas da Indústria Cultural. Moura (1996, p.7), no caso da Bahia, observa que descartar ou não procurar evidenciar suas potencialidades seria equívoco:

O produtor, o mercador e a mercadoria são um mesmo todo, contraditório e desigual. Em descartando a participação desse todo na sua diversidade, que significa inclusive potencialidades ainda não cogitadas e exploradas, estaríamos arriscando um capital humano fantástico, o que poderia adquirir cores sombrias em tempos de vacas tão magras.

Em outras palavras, envolve outras possibilidades de benefícios não restritos ao Carnaval nas suas dimensões de dinâmica e temporalidade. Enquanto dinâmica, a *axé music* se substancializa em artistas/empresários locais consagrados nacionalmente, suscitando novas atividades, necessidades, profissionais, consensos e conflitos... Já enquanto temporalidade, a *axé music* extrapola o circuito do carnaval soteropolitano, numa extensa programação de shows e micaretas que se inter-relacionam com o carnaval de Salvador, numa espécie de retroalimentação não restrita às sonoridades, mas às corporações locais – produtoras, agenciadores, editores musicais, etc.

O mercado do entretenimento, da indústria cultural centrada especialmente em Salvador e seu Recôncavo, de certa forma se nutre dos alinhaves identitários, tanto no sentido dos arcabouços sociológicos quanto naquele dos temas econômicos. Poder-se-ia perguntar, então: que Bahia é esta, capaz de competir com transnacionais da indústria fonográfica, por exemplo, tensionando a relação a partir de uma produção musical e fruição estética próprias? Novos e velhos **vetores de sentido** (SILVA, 2003)

se inscrevem e são estimulados junto ao imaginário nacional e internacional acerca do *locus e ethos* Bahia.

Por outro lado, houve críticas à participação estratégica do órgão estadual de turismo – a BAHIATURSA – nos últimos anos, quando de seu apoio a alguns artistas da *axé music* em shows por outros países, tendo como contrapartida a divulgação da marca Bahia e de suas ferramentas publicitárias, tais como portais eletrônicos de divulgação turística. O fato é que a mesma Bahiatursa também proporcionou uma viagem internacional do grupo Zambiapunga, caso singular de manifestação cultural tradicional do meio popular do Baixo Sul Baiano, entre outras iniciativas governamentais de apoio e fomento às produções artísticas e culturais.

O mito da monocultura pode estar atrelado à força política, econômica e empresarial dos principais artistas deste gênero baiano. Na esfera política, articularam-se relações, benefícios e interesses com governantes e meios de comunicação. O carnaval soteropolitano vem passando por complexas modificações de modo a atender interesses dos gestores culturais vinculados à iniciativa privada, no campo musical. O tradicional encontro de trios da Praça Castro Alves não mais existe e o tradicional circuito do Campo Grande apresenta sinais de decadência, despertando cada vez menos interesse dos artistas de maior peso empresarial.

A concentração econômica dos principais artistas da *axé music* no carnaval soteropolitano é considerável. Bandas e artistas como Ivete Sangalo, Asa de Águia, Daniela Mercury e Chiclete com Banana, individualmente, são representantes empresariais de inúmeros blocos e camarotes.

Passando ao campo simbólico, *axé music* pressupõe diversidade, e dela se (retro)alimenta. É comum seus artistas experimentarem em seus repertórios composições inteiras, fragmentos, colagens ou combinações entre gêneros presentes na produção musical baiana. Nada extraordinário até então, uma vez que a po-

lissemia conceitual das experimentações e encontros dos gêneros musicais é inerente ao próprio conceito de gênero, numa perspectiva de que as fronteiras estéticas do gênero musical enquanto apropriação e categoria são tênues, distintivas e subjetivas.

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*, em que funcionam mais facilmente as fusões entre células rítmicas, entre timbres sonoros, performances, corporalidades e novos sentidos de pertença.

As origens da *axé music* são distintas e, quase numa rítmica antropofágica/tropicalista, o estilo consegue unir, fundir células rítmicas e melodias, popularizando e entretendo sem maiores reflexões ou preocupações – fato que acentua seu caráter massivo e de entretenimento. Ainda segundo Moura (2001, p. 221):

Vejo aí, também, o próprio ecletismo dos elementos que passam a se encontrar nesse intrigante repertório que tantas páginas tem merecido de jornalistas, críticos, comunicólogos e cientistas sociais. A *axé music* apresenta-se como texto identitário difuso e aparentemente problemático e consensual, referindo-se à Bahia como um todo, já desde o início contando com a participação de músicos de várias origens e estilos.

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 e produtoras de shows e eventos, entre outras. Pode-se perceber

a preponderância, no campo do empresariado da música, dos artistas relacionados ao universo *axé music*, sendo que boa parte dos seus artistas é proprietária de editoras musicais.

Isto se conecta a um outro fato: a Bahia vem se configurando como o terceiro estado em número de editoras musicais no país (revistas *Sucesso CD*, *Show Business* e *Relatório ECAD/UBC-2008*) e sexto em arrecadação pública, inscrevendo alguns de seus autores na liderança de rankings nacionais e regionais no quesito recebimento de direitos autorais – categoria Execução Pública.

No campo da edição musical soteropolitana, boa parte das editoras musicais é de propriedade dos artistas locais vinculados à *axé music*, sejam intérpretes, sejam autores, aproximando-se do quadro do eixo Rio de Janeiro/São Paulo, onde tais organizações – líderes deste mercado – estão divididas entre aquelas de propriedade das *majors* – corporações fonográficas nacionais e transnacionais, vide Sony/BMG, Warner Chappell, Universal Music, Som Livre e EMI – e dos artistas locais. Em Salvador, esta atividade é mais um dos desdobramentos evidenciados a partir da profissionalização do Carnaval Baiano e da legitimação da *axé music*.

A versão, comum em alguns meios jornalísticos, de uma monocultura da *axé music* em Salvador não procede. Apresenta, entretanto, evidências do reconhecimento de sua profissionalização, associadas ainda a objetivos definidos e articulação social entre os atores, fortalecendo o campo. DiMaggio e Powell (1983) 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. (DIMAGGIO; POWELL, 1983, p. 148)

Em 1999, visando a um maior grau de profissionalismo, solução de problemas coletivos do setor e ampliação dos destinos e públicos da *axé music*, surge a Associação dos Produtores de Axé para o Desenvolvimento da Música da Bahia – APABahia, 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. Entre as atividades da APA, encontram-se o monitoramento da execução de seus repertórios em localidades estratégicas, assim como a própria empresarização de horários nas emissoras comerciais de outros estados, visando a exposição e execução musical dos seus associados. Além disto, atua no campo político, tendo representação no Cluster de Cultura e Entretenimento do Estado da Bahia.

J.R., ex-produtor da banda Rapazzolla, discorrendo sobre a diversidade musical soteropolitana e organização empresarial da *axé music*, comenta:

— O Axé é a grande referência musical atual da Bahia, mas sabemos que existem outros ritmos acontecendo na cidade. Viajamos toda semana, mas, em Salvador, frequentamos eventos de outros gêneros, e sempre divulgamos isso nas entrevistas. [...] A produção de uma banda de *axé music* é muito organizada. Mais até que o pagode,

por exemplo. Posso falar porque trabalhei como produtor de pagode por dez anos.¹

Com efeito, a partir de iniciativas de artistas e da própria sociedade civil, Salvador vem apresentando inúmeros eventos relacionados a outras musicalidades. Tanto quanto a *axé music*, o rock é merecedor de destaque frente à sua estética e organização. Dedicção, profissionalismo e amor ao rock fizeram surgir na cena soteropolitana a Associação Cultural Clube do Rock da Bahia (ACCRBA), em 1991. 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, são de sua responsabilidade ações que se solidificam na realização do Primeiro Festival de Rock do Carnaval no Brasil (1994), bem como do Primeiro Dia Municipal do Rock do Brasil – 28 de junho, em homenagem a Raul Seixas – através da Lei 5404/98.

A ACCRBA 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. Possui site, rádio/*podcast*, comunidade virtual de relacionamento, MSN, fotolog, vídeos no Youtube, grupos de discussão na rede, entre outros. Dentre suas realizações, pode-se destacar o Palco do Rock – realizado na praia de Piatã durante o Carnaval de Salvador, com frequência superior a oito mil pessoas por ano.

A receptividade do *reggae* e do forró na Bahia despertou o surgimento de eventos específicos e inúmeras bandas destes gêneros com relevante diversidade. Bandas e artistas com repertórios que transitam entre o tradicional *reggae* – raiz, ou *reggae roots* – aos

1 Depoimento concedido ao autor em 28.10.2009.

mais híbridos, com destaque para Edson Gomes, Diamba, Adão Negro, Massai, Palmares e 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, Bando Virado no Mói de Coentro, A Volante do Sargento Bezerra, Cangaia de Jegue, Sobe Poeira, Acarajé com Camarão e Tio Barnabé. São exemplos de como outros estilos 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 à *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 observação cuidadosa do campo permite afirmar que este tipo de crítica está bem próximo do senso comum de um jornalismo descuidado e superficial, eivado de 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 sua legitimação, ainda que tais informações sejam restritas ao meio musical. Assim, como em qualquer outro estilo 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 por vezes internacional de ensaios, shows,

viagens, gravações, estúdios, etc. O ecletismo na formação destes profissionais corresponde à diversidade constitutiva da *axé music*, potencializando, inclusive, oportunidades. Músicos vinculados ao universo *axé* não raro também acumulam experiências profissionais em outros estilos musicais, tais como o choro, *jazz*, samba, *rock*, *funk*, forró, eletrônico, entre outros.

O *rock*, por exemplo, estabelece diálogo constante com a *axé music*, proporcionando informações relevantes a bandas e/ou intérpretes como Asa de Águia, Netinho, Ivete Sangalo e Jammil e uma Noites. Estas influências são percebidas nos arranjos, fraseados e timbres, bem como na agressividade de alguns efeitos, distorções e *riffs* de guitarra. O guitarrista sergipano Adail Scarpelini, diretor musical da Voa Dois, banda revelação do Carnaval de Salvador 2008, informa que o centro da produção musical para Sergipe era – e para muitos, segundo ele, ainda é – a Bahia.

— Por muito tempo toquei e dirigi musicalmente bandas e CDs de forró. Calcinha Preta (SE), Caviar com Rapadura (CE), Colher de Pau (BA), mas sempre quis ter a experiência da *axé music*, da união entre percussão e harmonia. Toquei com Netinho e agora estou com a Voa Dois, além de sempre estar produzindo e gravando com outros artistas. Quando as bandas de *axé* iam a Aracajú, a gente ia aos shows, procurava conversar com os músicos, lia os encartes. A Bahia era nossa maior referência musical.²

Em 2008, o Prêmio Multishow de Música Brasileira agraciou um destes renomados músicos, Radamés Venâncio, na categoria Melhor Instrumentista, enquanto Ivete Sangalo, 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*).

2 Depoimento concedido ao autor em 11.12.2009.

Detentor de inúmeros prêmios nacionais e internacionais, Carlinhos Brown consegue aproveitar essas 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 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 faixa *Mariacaipirinha*. Lançados inicialmente na Espanha, disco e obra alcançam sucesso, remetendo, nesse mesmo ano, Carlinhos Brown – naquelas plagas conhecido por *Carlito Marron* – à condição de convidado musical do Fórum Universal das Culturas realizado em Barcelona.

A partir da parceria com Sérgio Mendes, em 1985, conseguiu emplacar cinco composições no álbum *Brasileiro* – ganhador do *Grammy* de melhor disco de *world music*. Em Salvador, naquele mesmo ano, recebe também o Troféu Caymmi. Inúmeros outros prêmios viriam nos anos seguintes, coroando Brown como um dos maiores nomes da *axé music*, como músico, produtor ou compositor.

A preocupação com a qualidade profissional dos músicos acompanhantes também se percebe no momento da formação das bandas. José Raimundo, tecladista, arranjador e diretor musical que acompanhou Netinho de 1989 a 1998, declara:

— Jomar entrou no grupo em 1996... A decisão de termos dois tecladistas foi uma sugestão minha, pois usávamos muito *sequencer* [programação], e sempre quis muito ter outro tecladista tocando comigo, por conta dos muitos detalhes de teclados que minhas duas únicas mãos não conseguiam executar. O primeiro tecladista que tocou

com a gente foi Glauton Campelo, um excelente pianista jazzista carioca que morou oito anos nos Estados Unidos e tocava com Djavan ao lado de Paulo Calazans.³

Arranjos neste sentido corroboram a lógica de identificação e diferenciação do artista, e são inúmeros os exemplos de arranjos que se tornaram referências, remetendo diretamente músico/arranjador a artista e vice-versa.

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, bem como seu entrosamento com seus pares e repertórios selecionados e previamente testados nas dezenas de shows e micaretas realizadas durante o ano, dentro e fora do Brasil.

Entrosamento, carisma, bom desempenho técnico, flexibilidade e sensibilidade são elementos referenciais nas justificativas de obtenção do sucesso por parte dos artistas e bandas de *axé music*. As musicalidades desta são frutos do encontro entre músicos formados nos conservatórios e faculdades, nas igrejas e terreiros de candomblé, na generosidade presente nos conselhos informais e, principalmente, nas dinâmicas experimentadas nas ruas da cidade que se pretende mundial a partir de seus fazeres e saberes artísticos, em especial, a música.

3 Depoimento concedido ao autor em 14.12.2009.

MITO III – FIM DA *AXÉ MUSIC*

A relação arte/espço, nesta discussão, a partir da percepção da produção musical baiana contemporânea no plano nacional, evidencia uma territorialidade resoluto 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, podendo ser melhor percebida a partir do início do século XXI, e os maiores argumentos encontram-se centrados no declínio de vendas dos produtos fonográficos, bem como na escassez e ausência de renovação de seus quadros artísticos. Os principais advogados desta acusação parecem ignorar que a crise é do setor fonográfico mundial – mais acentuadamente, do formato CD –, irrompendo-se em inúmeras fusões e desaparecimentos de gravadoras transnacionais, além da migração dos artistas para as plataformas de música *online*. Ora, uma crise do setor fonográfico mundial não poderia deixar de repercutir na produção musical baiana contemporânea, promovendo quebras de contrato e desligamentos de artistas dos *casts* das gravadoras. Isto veio impulsionar 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 vêm sendo incorporados ao complexo da *axé music*, o que demonstra sua capacidade de renovação estética junto às suas células matrizes, advindas do samba-reggae e do frevo elétrico, enquanto marca e território simbólico em processo afirmação, expansão e internacionalização.

A *axé music* rompeu fronteiras e barreiras mercadológicas e territoriais. Por outro lado, impulsionou o surgimento de setores e atividades que estimulam o desenvolvimento da música no Estado, além de disseminar a marca Bahia nos diversos mercados mundo afora. 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, a produção fonográfica e outros itens da tecnologia aplicada à música, entre outros.

A *axé music* está presente em eventos relevantes no *show-business* musical contemporâneo, sejam nacionais, sejam internacionais, comprovando sua vertente *pop* repleta de influências e informações. Em eventos como o *Axé Brasil* (Belo Horizonte) – exclusivo do gênero –, *Brazilian Day*, Festival de Montreux e *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. De música brasileira eles só conheciam

Caetano, Gil, Benjor, Djavan etc. Enfim, MPB. O axé era conhecido por uma minoria de italianos que freqüentavam 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, era uma Copa do Mundo. Eles começaram a ficar fascinados com o ritmo da música e, meio desajeitados, imitaram muitos brasileiros que estavam lá dançando e começaram a entrar no clima de festa que o axé proporciona.⁴

Desde a segunda metade da década de 1990, os responsáveis pelo Festival de *Montreux*, Suíça, agendam apresentações de artistas baianos da *axé music*, na esteira do processo de expansão e internacionalização da carreira de seus artistas, entre os quais Margareth Menezes, Olodum, Araketu e Ilê Aiyê.

Também o *Brazilian Day*, tendo a Rede Globo como uma de suas maiores empresas articuladoras, reserva a participação de artistas da *axé music* como protagonistas. A atuação da maior empresa de comunicação e entretenimento da América Latina junto à *axé music* tem sido crescente nos últimos anos, principalmente a partir da parceria com a Rede Bahia – organização e registro de boa parte dos shows no Festival de Verão, cabendo à Rede Globo a divulgação e distribuição comercial através de sua gravadora, a Som Livre.

Outro vetor relevante na expansão dos mercados da *axé music* é o próprio Carnaval soteropolitano. A despeito das recentes controvérsias acerca de seus custos e acentuação de seu viés comercial, esse Carnaval, ao se profissionalizar e internacionalizar, reforça e termina por disseminar, a reboque, o leque de musicalidades e artistas presentes no evento. A lista internacional de convidados famosos é extensa. Para citar os anos de 2007 e 2008: a banda

4 Depoimento concedido ao autor em 14.12.2009.

irlandesa U2, o produtor musical Quincy Jones, Naomi Campbell, Arto Lindsay e tantos outros que ou não foram captados pelas câmeras ou preferiram o anonimato, acenando para a possibilidade de maior publicização em nível internacional de uma dinâmica centrada na *axé music*, embora não restrita a esse estilo.

Não obstante, a presença de celebridades nacionais também alimenta este processo, pois revela a extensa programação de shows, lavagens, festas populares, feijoadas e ensaios, reforçando, em grande medida, o mito da nuclearidade exclusivamente festiva do território baiano e sua gente. Esta lógica de retroalimentação das marcas – *axé music* e Carnaval –, como num *feedback*, também é apontada por Dantas (2005, p. 20), quando afirma a disposição da nova geração de artistas da música baiana no sentido de ampliar suas fronteiras profissionais, contribuindo para o processo de legitimação e ampliação do receptivo turístico no carnaval:

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; foi o Chiclete com Banana, a Banda Cheiro de Amor, a Banda Eva, que ajudaram a “nacionalizar” o carnaval baiano.

A etnicidade é elemento pujante neste processo; não somente os blocos afro são seus representantes, mas artistas como Daniela Mercury, Margareth Menezes, Timbalada, Motumbá, Ara Ketu,

entre outros, se apropriam mais incisivamente de seus discursos, símbolos e temáticas musicais.

O empresário Paulo Roberto, ex-proprietário da Aky Discos, até 2001 a maior rede de lojas de discos da Bahia, confirma o interesse dos turistas brasileiros e estrangeiros pela *axé music*:

— Uma espécie de encanto... Os gringos e turistas nacionais chegavam na loja procurando por Olodum, Daniela Mercury, Chiclete com Banana, e quem mais da *axé music* a gente oferecesse eles compravam. O fornecimento de CDs do Olodum para as lojas do Centro Histórico, por exemplo, tinha de ser semanal. Era de 300, 400 unidades para as maiores lojas e volumes menores para as lojas pequenas, toda semana.⁵

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; vários mercados em continentes distintos já manifestam interesse num dos maiores eventos de rua do mundo e sua musicalidade maior. Não raro, seus artistas excursionam por diversos países, configurando-se Espanha e Portugal como líderes neste receptivo.

Sua inscrição no mercado de bens simbólicos também contempla registros de não aceitação, aversão e restrição de sua execução pública, inclusive em termos de legislação, como nos casos dos carnavais de Recife e Olinda, que proibiram artistas e repertórios vinculados ao gênero com argumentos que contemplam o respeito e valorização aos costumes locais. A medida visa a salvaguardar laços identitários com o frevo, seja musical, seja coreograficamente, enquanto dinâmicas culturais. Contudo, não se pode argumentar que Pernambuco não contribua para a disseminação e legitimação da *axé music* pelo Brasil, ao contrário. O

5 Depoimento concedido ao autor em 15.10.2010.

Recifolia, carnaval fora de época, encontra nos artistas baianos, seus trios elétricos, performances, refrões e repertórios, os moldes do carnaval soteropolitano.

Exemplo de êxito duradouro no campo da *axé music*, e, naturalmente ambientada em apresentações nacionais e internacionais, a Chiclete com Banana recebeu o Prêmio *Press Award 2007*, na categoria de Show Brasileiro, pelo seu destaque nos EUA. Em julho de 2008, apresentou-se nas cidades de Roma, Milão, Porto e Lisboa, em eventos de grande porte e com ingressos esgotados antecipadamente. Os artistas do Chiclete são também empresários e estrategistas, com um histórico de diálogo com obras de antigos e novos compositores. Dentre eles, e em épocas distintas, destaque para Val Macambira, Carlinhos Brown e, mais recentemente, a dupla Alexandre Peixe e Beto Garrido têm fornecido à banda inúmeros canções que são “experimentadas” em micaretas e shows antes do registro fonográfico. Em paralelo, passam a integrar rapidamente o acervo de *sites* e programas que distribuem arquivos de música *peer to peer*, vide Youtube, *e-mule*, entre outros.

Ainda que não se constitua em referência em técnica e virtuosismo musical, a banda estruturou sua carreira calcada no entrosamento do grupo, no carisma de seu líder e na escolha de um repertório sempre atualizado com o seu público. A capacidade de performance, diálogo e construção de repertório, neste sentido, apresenta a Chiclete com Banana como das mais relevantes bandas da *axé music*, em se tratando de regularidade na produção fonográfica, inclusive.

Em contrapartida ao fato de, historicamente, não ter apresentado altos índices de vendas no quesito fonográfico como Ivete Sangalo, Netinho e Banda Eva, por exemplo, a banda mantém uma sequência regular de registros que atende seu público mais fiel, apelidado de *Nação Chicleteira*, *Chicleteiro*, *Maluquetes do Chiclete*, etc.

Artista e defensora da *axé music* em suas inúmeras entrevistas, Ivete Sangalo pode ser considerada a protagonista de maior sucesso mercadológico do gênero. Mesclando elementos da música *pop* internacional, como efeitos de guitarra e teclados, à percussividade local, também se apresenta como relevante empresária articulada entre shows, publicidade, prêmios, discos de ouro, platina, platina duplo, platina triplo, e sua presença na mídia televisiva é certeza de audiência para uma artista que já supera a marca de oito milhões de unidades fonográficas comercializadas. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE DISCO, 2008)

A AXÉ MUSIC E A PRODUÇÃO MUSICAL SOTEROPOLITANA

A música, enquanto manifestação cultural e artística e agente estético, no último século, consolidou-se de forma diretamente ligada ao desenvolvimento da indústria do entretenimento e *show business*. Até a invenção do fonógrafo por Thomas Edison, em 1877, o processo de edição musical 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). Ora, 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 tal relação como empreende suas próprias empresas ligadas ao meio artístico, fortalecendo o mercado e a economia local, além de implementar uma nova categoria profissional no Estado: o editor musical.

Artista/Autor/ Empresa	Produtora	Editora
Carlinhos Brown	Janela do Mundo	Candyall Music
Daniela Mercury	Canto da Cidade	Páginas do Mar
Asa de Águia	Duma	Duma
Ivete Sangalo	Caco de Telha	Caco Discos e Edições
Vários	Tag	Tag
Cláudia Leitte	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
Psirico	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

Quadro II - Editoras Musicais/Salvador

Fonte: Pesquisa de Campo do autor - março/2010.

Pode-se perceber, no quadro acima, a preponderância dos artistas relacionados ao universo da *axé music*, enquanto campo musical e simbólico⁶, 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.

6 Compreendendo o campo simbólico como a territorialidade mediada pelos signos e símbolos, enquanto elementos “por excelência da integração social” (BOURDIEU, 1989), 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.

Apesar do ineditismo e relevância das informações que compõem o quadro acima, nem todo artista/compositor baiano de relativo prestígio consegue estabelecer sua própria produtora e/ou editora musical. Dentre os fatores deste afunilamento, podemos nos referir à inexistência de projetos pessoais e/ou visão estratégica para tal e ao pouco conhecimento sobre o tema e suas potencialidades, entre outros.

Na cadeia produtiva musical, a etapa conhecida como edição musical é o processo pelo qual o compositor cede e transfere os direitos de administração de sua propriedade intelectual – neste caso, a obra musical – para uma organização/empresa legalmente constituída junto ao Ministério da Fazenda. Esta etapa pode ter temporalidade acordada entre as partes. A atividade de edição musical está amparada pela Lei de Direitos Autorais (9.610/98), além de Convenções e Tratados Internacionais, sendo o Brasil signatário de todos⁷.

Atualmente, as editoras musicais são as responsáveis pela arrecadação e pagamento de direitos autorais obtidos com a comercialização de produtos fonográficos e audiovisuais; legalização das obras e autores junto às associações arrecadadoras, e, posteriormente ao Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD); acompanhamento e controle das liberações e pagamentos relativos aos direitos autorais junto às gravadoras Majors e selos musicais independentes⁸; assim como intermediárias entre o circuito comercial (produtores musicais) e os autores.

Com o processo de globalização, estando a pirataria e os avanços tecnológicos cada vez mais presentes no cotidiano, em formas diversificadas e atuantes, a gestão da obra musical teve de redirecionar suas atividades – antes focadas prioritariamente na

7 Existe, ainda, a Associação Brasileira de Editoras Musicais – ABEM, que orienta e informa suas associadas sobre as oportunidades do mercado, legislação e novidades acerca da administração da obra musical.

8 Gravadoras menores, com poucos recursos e estrutura de distribuição própria.

arrecadação e pagamento de direitos autorais, via fonomecânicos (venda de CDs/DVDs) – para outros segmentos, como autorização para os *ring tones* e *real tones*, mercado da música digital e, principalmente, a arrecadação de direitos de execução pública, além da própria produção fonográfica de artistas locais e/ou nacionais.

Transitando entre o artista e o compositor, o editor musical é relevante na gestão da obra musical, pois, uma vez a obra editada – e dependendo dos termos do contrato de edição –, passa a ter mais autonomia e controle sobre a obra do que o próprio autor.

Sob outra ótica, a do artista, na trama contemporânea engendrada pelos avanços da telemática⁹ 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, sendo que o artista/autor/editor representa a tomada de poder pelo próprio artista.

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 (ALMEIDA; PESSOTI, 2000; DE MARCHI, 2005) Dentre eles, destacam-se Chico Buarque, Caetano Veloso, Ivan Lins, Gilberto Gil, Ronaldo Bastos, Djavan e, mais recentemente, nomes como Roupas Nova, Marisa Monte, Flávio Venturini, Zeca Pagodinho, Tom Zé, Dado Villa Lobos, Tom Jobim e Milton Nascimento.

Este processo pode ser analisado também a partir da reestruturação pós-fordista do capitalismo, via acumulação flexível (HARVEY, 1992), em cujo processo a indústria fonográfica mun-

9 A telemática é entendida enquanto conjunto resultante da articulação entre os recursos das telecomunicações (telefonias, 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.

dial redirecionou suas atividades, terceirizou etapas e expandiu-se para novos mercados. No Brasil, a aliança com os artistas nacionais favoreceu estes que, em muitos casos, adquiriram conhecimentos e propriedades na gestão; a propriedade dos fonogramas e da gestão das obras, entre outras.

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, mostra-se assim equivocada. Cabe reiterar, ainda, que os shows, e não a vendagem de produtos fonográficos, tornam-se a maior fonte de renda desses artistas. A indústria fonográfica é relevante no mercado de bens simbólicos, é bem verdade, mas sua participação não se configura como determinante e exclusivo fator ao sucesso. Seus principais interlocutores parecem saber disso, e, através de ações individuais ou coletivas (APA, ABT, entre outros), vêm se articulando junto a outras formas de promoção dos seus artistas e repertórios.

Entretanto, é inegável que o rápido sucesso desse 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. A estes itens se associa o constante diálogo entre tradição e modernidade, no qual 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 music* não encontra lastro em seu campo real de shows, ensaios e estratégias competitivas visando à sobrevivência no acirrado mundo dos negócios deste segmento da indústria cultural. Artistas e empresários deste estilo musical tanto souberam estruturar estéticas como 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 do carnaval soteropolitano, sendo que, não raro, transforma seus principais artistas em estrelas de comerciais turísticos, numa missão de disseminar a marca Bahia, bem como de atender àquelas que, em níveis diferenciados, desenvolveram uma percepção especial 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.

Pop e *world music*, a *axé music* é uma dinâmica articulada e rizomática no mercado de bens simbólico-culturais, satisfazendo parcela relevante de um mundo ávido por dinâmicas musicais cotidianas do outro, do estranho, do exótico, do efêmero e do diverso. Pode-se afirmar também que é a referencialidade de uma Bahia notabilizada por suas próprias canções, compositores, músicos e artistas que se tornaram empresários e que aprenderam a fazer e exportar a música de um estado com larga barra quando o assunto é Brasil.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, P. H.; PESSOTI, G. A evolução da indústria fonográfica e o caso da Bahia. *Revista Bahia Análise e Dados*. v.9 n.4 p.90-108. Salvador: SEI, 2000.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE DISCO. *Relatório anual da Associação Brasileira de Produtores de Discos*. Rio de Janeiro, 2008.
- 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.
- CASTORIADIS, C. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- CONCEIÇÃO, Mário. Itaim para o Candeal. In: TIMBALADA. *Timbalada*. [s.l.]: Philips/Polygran, 1993.
- DANTAS, Marcelo. Competitividade internacional em turismo: a identidade cultural contra o mito da qualidade de serviços. *Revista Texto e Contextos*, Salvador, ano 3, n. 4 jul./dez. 2005.
- _____. *OLODUM – De bloco afro a holding cultural*. Salvador: Edições Olodum, 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.
- DE MARCHI, Leonardo. A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. In: *E-Compós*. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/ecompos/>>. Acesso: abril de 2005.
- DI MAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *Administrative Science Review*, v. 8, n. 2, p. 147-169, 1983.
- ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

- GILROY, Paul. *The black atlantic modernity and double consciousness*. London: Verso, 1993.
- GUERREIRO, G. *A trama dos tambores – a música afro-pop de Salvador*. São Paulo: Editora 34, 2000.
- IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- LIMA, Ari. Funkeiros, timbaleiros e pagodeiros: notas sobre juventude e música negra na cidade de Salvador. *Caderno Cedex*. Campinas, 2002.
- 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, Milton. Produtora, Mercadora, Mercadoria. Uma cidade para o Carnaval? In: FISCHER, Tânia (org). *O Carnaval Baiano*. Negócios e oportunidades. Brasília: SEBRAE, 1996. Pg. 59-65.
- _____. *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.
- CONCEIÇÃO, Mário. Itaim para o candeal. In: *Timbalada*. Rio de Janeiro: Polygram, p.1993. Faixa 11.
- SAHLINS, M. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- SILVA, Elaine Norberto. Consumo, *mimesis* e sentido. In.: VALVERDE, Monclar (Org.). *As formas do sentido*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

SOBRE OS AUTORES

Olivia Biasin

Mestre em História pela UFBA (2007). Desenvolve o Doutorado em História na mesma Universidade, com bolsa CAPES. Membro do Grupo de Pesquisa O Som do Lugar e o Mundo.

E-mail: oliviabiasin@oi.com.br.

Edilece Souza Couto

Doutora em História pela UNESP (2004). Professora do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em História da UFBA. Desenvolve pesquisas no âmbito da História Religiosa. Autora de *A puxada do mastro* (Maramata, 2001) e *Tempo de festas* (Edufba, 2010). Membro do Grupo de Pesquisa O Som do Lugar e o Mundo.

E-mail: edilece@ufba.br.

Milton Moura

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA (2001). Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em História da mesma Universidade. Desenvolve pesquisas sobre História da Festa em Salvador e na Baía de Todos os Santos e da música popular no Brasil, com apoio CNPq. Coordena o Grupo de Pesquisa O Som do Lugar e o Mundo.

E-mail: araujomoura@terra.com.br.

Christine Nicole Zonzon

Mestre em Ciências Sociais pela UFBA (2007). Desenvolve o Doutorado em Ciências Sociais na mesma Universidade, com uma pesquisa sobre as articulações entre a corporeidade e as identidades na capoeira, contando com bolsa CNPq. Pratica capoeira angola desde 1989, em Salvador. Membro do Grupo de Pesquisa O Som do Lugar e o Mundo. E-mail: crizom2@gmail.com.

Luciana Vasconcelos

Mestre em Cultura e Sociedade pela UFBA (2008). Produtora e gestora cultural na área de música, teatro e artes visuais. Dirigiu o Teatro Molière da Aliança Francesa de Salvador (2003/04) e atua na produção de espetáculos internacionais e projetos de intercâmbio cultural. Coordenou a produção executiva de projetos artísticos que integraram a programação do Ano do Brasil na França (2005) e do Ano da França no Brasil (2009).

E-mail: lucianavasconcelos1@gmail.com.

Armando Alexandre Castro

Doutor em Administração pela UFBA (2011). Mestre em Cultura e Turismo pela UESC/UFBA (2005). Professor de Cultura Artística da UFBA – Campus Barreiras. Autor do livro *Irmãs de fé: tradição e turismo no Recôncavo Baiano* (E-papers, 2006). Atuou como produtor cultural no âmbito da música e artes visuais. Desenvolve pesquisas sobre música, turismo e gestão cultural. Membro do Grupo de Pesquisa O Som do Lugar e o Mundo.

E-mail: armandocastro5@yahoo.com.br.

COLORÃO

Formato	17 x 24 cm
Tipologia	Georgia 11/16 (Texto) Centabel Book e Bell Gothic Std
Papel	Alcalino 75 g/m ² (miolo) Cartão Supremo 300 g/m ² (capa)
Impressão	Setor de Reprografia da EDUFBA
Capa e Acabamento	Cartograf
Tiragem	500