



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

LUCIANA MACHADO DE VASCONCELOS

MUSIQUE BAIANAISE?

Um estudo do processo de compra de espetáculos musicais baianos na
França

Salvador

2008

LUCIANA MACHADO DE VASCONCELOS

MUSIQUE BAIANAISE?

Um estudo do processo de compra de espetáculos musicais baianos na França

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de
Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia.
Orientadora: Professora Doutora Elaine Figueira Norberto Silva.

Salvador

2008

À minha mãe, Deny Gomes, meu Norte.

Ao meu filho, Fernando Pacheco, meu Chão.

Agradecimentos Especiais

À minha família querida, que me acolheu com carinho durante a produção deste trabalho.

A Adilson Sena Borges, companheiro de caminhada.

À Prof^a Elaine Norberto Silva, pelas orientações seguras e eficazes.

A Jean-Michel de Bie, que compartilha comigo a grande paixão pela Bahia

Aos agentes culturais franceses, que gentil e generosamente concederam as entrevistas.

Ao Prof. Milton Araújo Moura, pelo apoio desde o início e pelas deliciosas aulas sobre a
construção musical do Brasil.

Agradecimentos

A Oscar Dourado, Iami Rebouças, Clímaco Dias, Vanessa Maia, Benoit Thiebergien, Regina

Del Papa, Collete e Pierre Behar, Bruno e Marinilda Boulay, Pierre Hivernat, Archimedes Amazonas, a Tico e Mãe Índia do Terreiro do Bogum e a todos os amigos queridos capixabas,
franceses e baianos.

BAHIA, MINHA PRETA
Caetano Veloso

Bahia, minha preta
Como será
Se tua seta acerta o caminho e chega lá?
E a curva linha reta
Se ultrapassar esse negro azul que te mura
O mar, o mar?
Cozinha esse cântico
Comprar o equipamento e saber usar
Vender o talento e saber cobrar, lucrar
Insiste no que é lindo
E o mundo verá
Tu voltares rindo ao lugar que é teu no globo azul
Rainha do Atlântico Sul

Ê ô Bahia, fonte mítica, encantada
Ê ô! Expande o teu axé, não esconde nada
Teu canto de alegria ecoa longe, tempo e espaço
Rainha do Atlântico

[...]

E a voz mediterrânica e florestal
Lança muito além a civilização ora em tom boreal
Rainha do Atlântico Austral

RESUMO

A pesquisa analisa o processo de compra de espetáculos musicais baianos na França, um dos países que, tradicionalmente, acolhe as músicas provenientes de várias partes do mundo. O objetivo geral do estudo é contribuir para compreensão dos processos de exportação da música produzida na Bahia. Investigou-se o que os franceses entendem como música brasileira e, particularmente como música baiana; buscou-se conhecer os padrões que norteiam os compradores franceses na decisão pela compra de determinado espetáculo de *musique du monde* e procurou-se saber se existe um fluxo de informação entre a atual produção musical da Bahia e o consumidor francês. Tentou-se, ainda, identificar as estratégias que outras regiões ou países, em concorrência com o Brasil no setor *musiques du monde*, estão utilizando para promover a atividade de exportação de suas músicas. Por fim, averiguou-se como é avaliado o grau de profissionalismo dos brasileiros envolvidos com os espetáculos e como se dão as negociações para a contratação e apresentação dos mesmos. O material empírico foi colhido a partir de entrevistas semi-estruturadas realizadas com 14 profissionais franceses, ou que atuam na França, - envolvidos diretamente com a categoria musical *world music* - que trabalharam com artistas brasileiros nos últimos 5 anos. Foram entrevistados diretores de festivais, diretores de programação de espaços culturais públicos e privados, produtores e agentes especializados em representar artistas brasileiros. Os profissionais pesquisados possuíam diferentes graus de conhecimento sobre a música brasileira, o que permitiu montar um quadro diversificado de informações sobre o assunto pesquisado.

Palavras-Chave: exportação de música. música brasileira. música baiana. processo de decisão de compra. relações interculturais.

RESUMÉ

Cette recherche vise à analyser le processus d'achat de spectacles de musique baianaise en France, un des pays qui, traditionnellement, accueillent les musiques provenant de diverses parties du monde. L'objectif général de l'étude est de contribuer à la compréhension des processus d'exportation de la musique produite à Bahia. De quelle façon les français considèrent-ils la musique brésilienne et, tout particulièrement, la musique baianaise? Quelle sont les normes qui guident les acheteurs français dans leur décision d'acheter certains spectacles de musique du monde? Est-ce que existe un flux d'informations entre l'actuelle production musicale de Bahia et l'acheteur français? Nous avons essayé d'identifier les stratégies que d'autres régions ou pays - en concurrence avec le Brésil pour la catégorie *musiques du monde* - utilisent pour la promotion de l'activité d'exportation de leurs musiques. Notre objectif est, encore, de savoir comment sont évalués les professionnels brésiliens impliqués dans les spectacles et comme se déroulent les négociations pour les contrats et les représentations. La recherche empirique a été réalisée par entretiens semi-directifs auprès 14 acteurs culturels français - impliqués directement avec *musiques du monde* – qu'ont travaillé avec des artistes brésiliens dans 5 dernières années. Ont été interviewés directeurs de festivals, directeurs de programmation d'espaces culturels publics et privés, producteurs et agents spécialisés des artistes brésiliens. Ces professionnels possédaient de différents degrés de connaissance sur la musique brésilienne, ce qui a permis de monter un cadre diversifié d'informations sur le sujet.

Mots clés: exportation de musique. musique brésilienne. de musique baianaise. processus de décision d'achat. relations interculturelles.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	PADRÕES EM PAUTA	20
2.1	PERCEBER E CRIAR	21
2.2	GOSTO E DISPOSIÇÕES ESTÉTICAS	23
2.2.1	Uma questão de gosto	24
2.2.2	Diferenças de classes e práticas culturais	27
2.2.3	Práticas culturais heterogêneas	30
2.3	EXOTISMO	35
2.3.1	Exotismo na Europa	36
2.3.2	Reação brasileira	39
2.4	ESTEREÓTIPO	42
3	MÚSICA BRASILEIRA NA FRANÇA	46
3.1	REPRESENTAÇÕES DO BRASIL	48
3.1.1	Lendário país do novo mundo	48
3.1.2	Nérophilie	51
3.2.3	Blaise Cendrars e Darius Milhaud no Brasil	52
3.2	NOVOS ANDAMENTOS	54
3.2.1	Bossa Nova na França	54
3.2.2	Tropicalismo na França	63
3.2.3	Contexto atual	70
4	VOZES DA FRANÇA	87
4.1	IMAGENS DA MÚSICA BRASILEIRA	88
4.1.1	Brasil, je t'aime!	89
4.1.2	Imagens polifônicas	91
4.1.3	Fronteiras	99
4.1.4	Identidade tropical	102
4.2	IMAGENS DA MÚSICA BAIANA NA FRANÇA	105
4.2.1	Viva a Bahia-iá-iá!	106
4.2.2	África	106
4.2.3	Carnaval	108
4.2.4	Eu vim da Bahia	109
4.3	PROCESSOS DE COMPRA	113
4.3.1	Perceber e criar	113
4.3.2	Classes sociais e práticas culturais	116
4.3.3	Outros Critérios	118
4.3.4	Negociações	119

4.4	ESTRATÉGIAS	121
4.4.1	Contexto atual	122
4.4.2	Concorrência	124
4.4.3	Construção de carreira musical na França	129
4.4.4	Nichos de Mercado	132
4.4.5	Avaliações negativas	135
4.4.6	Promoção da exportação musical brasileira	139
4.5	APRESENTAÇÃO DOS ENTREVISTADOS	143
	CONCLUSÃO	148
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	157
	ANEXO A – Roteiro da entrevista	161
	ANEXO B –Transcrição das entrevistas	164

Apaixonada pela música popular brasileira, fui enredada nas teias laboriosamente tramadas pelos artistas baianos que prometiam - e muitas vezes acabaram cumprindo - levar-me a uma idílica *Terra da Felicidade*. O *canto da sereia* entoado por Dorival Caymmi, João Gilberto, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Maria Bethânia, Gal Costa, entre tantos outros, aliado a circunstâncias de minha vida pessoal, me fizeram trocar de cidade, sou de Vitória, e abandonar minha profissão de arquiteta para iniciar uma nova carreira como produtora cultural na Bahia.

Apesar de já saber da enorme capacidade criadora dos músicos baianos, foi trabalhando como produtora que me surpreendi com a profícua atividade destes artistas. Uma fonte perene que brota da tradição e espraia-se efervescente em novas formas estéticas, fruto de iniciativas individuais ou em grupo. Encantei-me com a possibilidade de integração social promovida pela música na Bahia, e, ao mesmo tempo, me senti estimulada pelas potencialidades econômicas do segmento.

Minha nova profissão deu-me a oportunidade de participar de projetos de intercâmbio cultural, a maioria deles franco-brasileiros, e percebi, com estas experiências, o interesse e a admiração que os franceses têm pelo Brasil e particularmente pela música popular brasileira. A notoriedade alcançada pela música baiana foi a principal razão da escolha dos produtores culturais franceses em realizar tais iniciativas na Bahia. Porém, a partir destas experiências, intriguei-me com o seguinte paradoxo: o interesse e a admiração dos franceses, e europeus em geral, pela música produzida na Bahia não se reflete em uma sistematização da atividade de exportação deste produto artístico para a França.

Meu ingresso no *Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade*, oferecido pela Universidade Federal da Bahia, foi uma oportunidade de pesquisar e refletir sobre o assunto dentro da academia, de forma sistemática. Elegi como objeto de estudo os processos de compra de espetáculos de música baiana na França. A escolha do país deveu-se ao meu conhecimento de que este era, notoriamente, um dos principais mercados para a música brasileira. Meu interesse fundamental era inquirir diretamente aos produtores e gestores culturais envolvidos com espetáculos de música estrangeira como tais processos se davam na França, particularmente em relação à música brasileira, fazendo, em um segundo momento, um recorte para a música produzida na Bahia.

Quando tratamos de relações internacionais, a música popular brasileira é considerada por

muitos o *cartão de visitas* do Brasil, como afirma o jornalista francês Rémy Kolpa Kopoul, um dos entrevistados de nossa pesquisa:

Nenhum país do mundo é tão identificado por seu universo musical, mais do que por qualquer outra coisa. Aliás, um país que tem como ministro da cultura um astro da canção (Gilberto Gil) merece respeito. (KOPOUL, 2005, p.197).

O reconhecimento internacional da música brasileira foi beneficiado, em termos mercadológicos, a partir da década de 80, pelo surgimento do termo *world music*. Esta expressão vai designar, na Europa e nos Estados Unidos, uma categoria musical que engloba tudo aquilo que não é originário do espaço lingüístico anglo-americano e/ou tudo aquilo que se apresenta como música tradicional e/ou música popular, produzida nas diferentes regiões do mundo, incluindo, também, as músicas tradicionais da Europa e dos Estados Unidos. O termo já vinha sendo usado desde os anos 50 na série “*Edition Capitol of the World Series*”, editada pela gravadora americana *Capital Records*, que vendia música produzida em diferentes partes do mundo como o samba, a bossa nova e o calipso do Caribe. A designação *world music* se popularizou e tornou-se uma categoria musical a partir de uma campanha de marketing organizada por selos independentes na Inglaterra em 1987, capitaneados por Peter Gabriel, fundador do selo *Real World Music* (WORLD..., 2005).

Para Christopher Dunn trata-se “de um rótulo inventado por um grupo de produtores no final dos anos 80 como estratégia mercadológica para vender música pop produzida fora do eixo Londres-Los Angeles”. O músico norte-americano David Byrne, criador do selo *Luaka Bop*, que lançou mundialmente, em 1989, o CD *Beleza Tropical*, com gravações de artistas consagrados da MPB, irá revisar, anos depois, o conceito escondido por trás da *world music*, “uma forma de relegar essa ‘coisa’ à esfera do exótico e, portanto, do ‘bonitinho’, estranho, mas seguro, porque o exótico é irrelevante” (BYRNE apud DUNN, 2007, p. 42). Com o surgimento deste novo “rótulo” - que acabou por tornar-se uma categoria musical - a música popular brasileira, associada no exterior à bossa nova e, por isso, abrigada na seção de jazz das lojas de discos, passou a ocupar as prateleiras dedicadas a *world music* (DUNN, 2007). Um enquadramento que, por um lado, propiciou a divulgação da música brasileira internacionalmente, mas por outro, restringiu a diversidade de nossa música a co-habitar com produções musicais das diferentes partes do mundo.

Ludivine Tréhorel, em um estudo sobre as expressões artísticas das culturas do mundo na

França, considera redutor o termo *world music*. Para ela, não existiria nenhuma estrutura rítmica, melódica ou instrumental que pudesse justificar a reunião de canções de Cesária Évora e dos tambores do Burundi em uma mesma categorial musical (TRÉHOREL, 2006).

O que notamos é que a origem da música deve situar-se fora do contexto da civilização na qual é difundida essa música, em um meio cultural mais ou menos distante. O campo das músicas do mundo revela o exotismo em relação ao lugar onde são difundidas. O rótulo *musiques du monde* reenvia a um conjunto fluido e heterogêneo de músicas que tentamos descrever a partir de longas enumerações. (Ibid., 2006, p.7) (tradução nossa).

A França acompanhou a *explosão* da *world music* nos anos 1980, o termo foi traduzido no país para *musique du monde*¹, e tornou-se um dos mercados mais dinâmicos para esta nova categoria musical. Na Europa, é considerado um dos países pioneiros na descoberta e desenvolvimento de carreiras de artistas estrangeiros e teve um importante papel na produção e consumo das diferentes músicas do mundo, principalmente a partir do trabalho dos produtores franceses junto aos artistas oriundos da África francófona.

Um estudo realizado por François Bensigor, em 2004, a pedido do *Bureau Export de la Musique Française*² aponta que, em 2003, as músicas tradicionais e a *musique du monde* representavam entre 5% a 6% das vendas do mercado fonográfico francês, colocando-se a frente das vendas de música clássica (5%) e do jazz e blues (4%). Informa ainda que, apesar de não ter os instrumentos específicos para medir esta atividade, a fatia do mercado aumenta quando se trata dos espetáculos ao vivo desta categoria musical.

Ainda segundo Bensigor, o fenômeno pode ser explicado do ponto de vista sociológico, tendo em vista a grande diversidade cultural da população francesa. Uma diversidade que favorece o consumo de músicas correspondentes aos gostos e referências culturais de diferentes grupos étnicos e sociais. Soma-se a isso o resultado das políticas governamentais de acolhimento dos emigrantes, que têm como meta a integração e a mistura social. O autor considera que estas políticas provocaram impacto no crescimento do interesse do público francês pela *musique du monde*. Outra razão apontada é que muitos destes artistas de diferentes origens culturais residem na França, ou tem sólidas ligações profissionais com o país, o que facilita a divulgação de suas produções. (BENSIGOR, 2004).

¹ Termo a ser utilizado de agora em diante neste trabalho, no lugar de *world music*

² Escritório de Exportação da Música Francesa, instituição ligada ao governo francês responsável pela promoção da música francesa no exterior e pelos intercâmbios musicais entre os diversos países e a França. O *Bureau Export de la Musique Française* tem uma representação no Brasil, sediada no Consulado da França, em São Paulo.

Tréhorel não se surpreende em contabilizar 350 organizações francesas, públicas ou privadas envolvidas com a missão de acolher as culturas do mundo. Para ela, este fenômeno explica-se historicamente quando a França, no início do século XIX, começa a tomar consciência de seu próprio multiculturalismo, demonstrando um vivo interesse pelos modos e costumes regionais. Segundo ela, esta mudança de compreensão e valorização da diversidade cultural no interior do próprio país permitiu o surgimento, em seguida, de um olhar mais complexo sobre as culturas externas. Tréhorel cita Chérif Khaznadar, fundador, em 1982, da *Maison des Cultures du Monde*, que discorre sobre o papel da França no acolhimento das culturas do mundo.

É na França que os criadores do mundo encontram admiração e compreensão, apoio e, se for necessário, asilo. A França é o país onde a cultura há muito tempo irradia-se sobre o mundo, é o lugar onde outras culturas podem se encontrar, se expor, se fecundar. (KHAZNADAR apud TRÉHOREL, 2006, p. 11) (tradução nossa).

O país tornou-se, historicamente, um ponto de encontro de expressões artísticas e culturais vindas de toda a Europa e até mesmo dos confins da Ásia, provocando trocas e encontros enriquecedores. O advento do colonialismo francês, estendido a diferentes continentes do planeta, como África, América e Oceania, permitiu que outras regiões do mundo se associassem a essa dinâmica de efeito duplo: enriquece a criatividade francesa e oferece um universo (ou mercado) receptivo à diversidade das expressões culturais do mundo. Apesar dos sentimentos de xenofobia e racismo ainda persistentes na sociedade europeia, a Europa foi forçada a modificar o olhar sobre o *Sul*. Os movimentos de vanguarda no início do século XX buscavam na cultura do *Outro* uma alternativa à civilização europeia, recém-saída da barbárie da primeira guerra. A nova maneira de se relacionar acabou por provocar uma demanda “não por gosto pelo exotismo, mas por uma necessidade interna”, (CROMBECQUE apud TRÉHOREL, 2006, p. 14) que se manifesta, inicialmente, entre artistas e intelectuais, mas que hoje é sentida por parte da sociedade francesa.

Esse *novo olhar* pode explicar as razões da abundância de festivais de *musique du monde* na França (ver capítulo 3). Nos últimos anos, os governos das cidades, departamentos e regiões francesas passaram a patrocinar efetivamente esses eventos por serem uma oportunidade de valorizar aspectos positivos de suas políticas culturais, oferecendo momentos festivos à

população. Os festivais de *musique du monde* são excelentes “portas de entrada” para artistas estrangeiros que pretendam conquistar o mercado francês e internacional, uma vez que são freqüentados por produtores musicais de diferentes partes do mundo.

O fenômeno *musique du monde*, incrementou a presença da música brasileira e, conseqüentemente, de artistas baianos, na cena francesa. Além dos consagrados João Gilberto, Caetano Veloso, Gilberto Gil, detentores uma grande e fiel audiência, artistas como Carlinhos Brown, Daniela Mercury e Margareth Menezes, e grupos como Ilê Aiyê, Olodum e Araketu, já se apresentaram em festivais, teatros e casas de espetáculos franceses.

Apesar de este fato apontar para a potencialidade de uma abertura de mercado aos artistas, produtores e técnicos envolvidos com shows musicais na Bahia, os artistas emergentes do estado continuam sem acesso ao mesmo. Ao fazermos, por exemplo, um balanço numérico da presença de novos artistas baianos, ou de tradicionais artistas baianos desconhecidos do público francês, na programação geral do Ano do Brasil na França, vemos uma desvantagem em relação a outros estados como Rio de Janeiro e Pernambuco (BRASIL, 2005). Podemos explicar a ausência dos artistas emergentes baianos na programação deste importante evento, em parte, pela falta de acesso dos mesmos à rede de profissionais franceses envolvidos com essa categoria musical e, em parte, pela falta de apoio das instituições públicas baianas. Os programas institucionais federais, assim como os estaduais, de apoio à exportação de música são ainda incipientes. As raras iniciativas têm como objetivo principal incrementar a participação da música brasileira no mercado fonográfico internacional; a venda de shows, quando acontece, é decorrência da meta prioritária. Esta estratégia é passível de questionamento visto a notória crise da indústria fonográfica a partir do fenômeno mundial dos downloads gratuitos de fonogramas. Ao passo que os shows ao vivo estão se tornando, cada vez mais, a principal fonte de renda dos artistas.

Na Bahia, a comercialização de shows para o mercado externo vem se desenvolvendo de maneira informal, geralmente impulsionada por uma rede contatos pessoais, desenvolvidos ao longo dos anos, pelos artistas e produtores. Não temos conhecimento de um programa institucional consolidado que avalie, sistematize, incentive, qualifique ou, ao menos, quantifique este mercado no estado.

Diante deste quadro, elegemos como problema geral de investigação o processo de compra dos espetáculos de música baiana na França. O objetivo geral do estudo é contribuir para

compreensão do processo de exportação da música produzida na Bahia. Os objetivos específicos desta pesquisa são apresentados a seguir:

- Investigar o que os franceses entendem como música brasileira e, particularmente como música baiana, buscando identificar que gêneros musicais, performances e formações são considerados como produção musical brasileira/baiana;
- Tomar conhecimento dos padrões que norteiam os compradores franceses na decisão pela compra de determinado espetáculo de *musique du monde*;
- Levantar os procedimentos operativos envolvidos no processo de compra dos espetáculos;
- Averiguar a existência de um fluxo de informação entre a atual produção musical da Bahia e o consumidor francês;
- Identificar as estratégias que outras regiões ou países, em concorrência com o Brasil no setor *musiques du monde*, estão utilizando para promover a atividade de exportação de suas músicas;
- Investigar como é avaliado o grau de profissionalismo dos brasileiros envolvidos com os espetáculos e como se dão as negociações para a contratação e apresentação dos mesmos.

Esta investigação foi orientada pelas seguintes hipóteses:

H1 – Os agentes culturais franceses³ partilham determinadas representações sobre o que pode ser música brasileira ou baiana, enquadrando-as em determinados formatos, e, conseqüentemente, excluindo outros. O rock, o jazz e o reggae não são considerados como música brasileira.

H 2 – Os agentes culturais franceses atuam como mediadores entre a produção e o consumo e escolhem trabalhar com determinada proposta musical brasileira, ou baiana, a partir de padrões instituídos por seu público alvo.

³ Ver definição de *agente cultural francês* na página 17.

H 3 – Não existe um fluxo de informações entre a produção musical atual dos artistas baianos e os agentes culturais franceses.

H 4 - Os agentes culturais franceses avaliam negativamente o grau de profissionalismo dos artistas, produtores e técnicos brasileiros.

A metodologia utilizada na pesquisa, do ponto de vista conceitual, apóia-se nas teorias pertinentes ao consumo de música estrangeira na França. Fazemos uma reflexão sobre *gosto*, *disposições estéticas e práticas culturais*, percorrendo também uma literatura sobre *exotismo* e estereótipo, na tentativa de compreender de que forma determinados padrões estéticos, comportamentais e relacionais guiam os agentes culturais franceses no processo de compra de espetáculos de *musiques du monde*.

Abordamos alguns momentos históricos que servem como exemplo de contribuição para a construção das representações do Brasil na França, e, em um segundo momento, focamos as imagens que os franceses fazem da música brasileira. Para isso, tivemos como suporte, além da literatura sobre a história das relações franco-brasileiras e sobre a recepção da música brasileira na França, os estudos sobre o processo de construção da identidade musical do Brasil.

Visando compor um quadro analítico da presença da música brasileira e baiana no contexto atual da *musique du monde*, pesquisamos em publicações periódicas especializadas, na Internet e utilizamos as informações dadas pelos entrevistados. Complementa esta etapa inicial da pesquisa, a descrição e análise de algumas ações institucionais públicas e privadas realizadas para a promoção da exportação da música brasileira e baiana, com base nos dados repassados pelas próprias instituições e nas repercussões de tais ações juntos aos agentes culturais franceses.

O procedimento metodológico quanto ao material empírico baseou-se em uma pesquisa qualitativa que teve como instrumento entrevistas aprofundadas semi-estruturadas⁴. As entrevistas investigaram os seguintes aspectos: imagens que os franceses fazem da música brasileira e da música baiana (quando o entrevistado era capaz de diferenciar os dois tipos de

⁴ Ver roteiro das entrevistas no Anexo A.

música), padrões e procedimentos adotados no processo de decisão de compra, estratégias mercadológicas de exportação de música e sugestões para promoção da música baiana na França.

Foram entrevistados 14 profissionais envolvidos com a comercialização de espetáculos de *musique du monde*, como agentes e produtores artísticos, diretores de festivais, diretores de programação de espaços culturais públicos e proprietários de espaços culturais privados, que doravante serão denominados *agentes culturais franceses*⁵. Os entrevistados foram convidados a participar da pesquisa a partir dos contatos realizados ao longo da experiência profissional da pesquisadora como produtora cultural. O critério de escolha foi que os mesmos tivessem contratado ou trabalhado com artistas brasileiros nos últimos 5 anos. Buscamos compor um grupo de profissionais que exercessem diferentes funções no segmento de espetáculos. O nível de conhecimento destes profissionais sobre a música produzida no Brasil é bastante variável: vai desde especialistas em música brasileira até programadores com um mínimo de conhecimento sobre o assunto. Este fato nos permitiu recolher um rico e variado material empírico.

Iniciamos a entrevista com a pergunta: “Como o senhor descreveria o que se entende como música brasileira?”. Diante das diversas respostas obtidas, procuramos, quando necessário, estimular o aprofundamento das descrições, perguntando quais os gêneros musicais eram identificados como brasileiros e que tipo de performance é considerada como brasileira. O mesmo método foi aplicado para se averiguar os agentes entendem como música baiana.

Foi planejado complementar a pesquisa realizando uma audição de uma série de 10 músicas que deveriam ser identificadas ou não como música produzida na Bahia. Ao longo das entrevistas, percebemos que os próprios entrevistados não viam muito sentido no método. A audição de material fonográfico, no processo de decisão de compra é um procedimento que se associa a diversos outros fatores – como, por exemplo, ver o show ao vivo, levar em conta recomendações de colegas de profissão e indicações da mídia – e, ainda, a avaliação musical nunca é feita de uma única vez e rapidamente, como estava acontecendo com as entrevistas. Outro método experimentado foi a apresentação de fotografias de shows para que fossem reconhecidas quais eram as performances baianas. Pelas mesmas razões que frustraram a audição das músicas, não obtivemos êxito.

⁵ Ver currículo de cada um dos entrevistados ao final do capítulo 4.

Para conhecermos os padrões que os norteiam na decisão em trabalhar com determinada proposta artística, indagamos quais os critérios usados para programar determinado artista brasileiro, e, particularmente, artistas baianos. Queríamos saber se o agente cultural escolhe um determinado tipo de performance ou artista levando em conta as características espaço ou evento. Também foi investigado se existe um público específico para um determinado tipo de artista ou performances brasileiros.

Outro tema pesquisado nas entrevistas foi quanto ao fluxo de informações entre a produção musical baiana atual e os profissionais franceses. Buscamos, também, identificar as estratégias mercadológicas, consideradas como eficazes, que outras regiões do Brasil ou outros países estão utilizando para divulgar suas produções e solicitamos sugestões dos profissionais para o desenvolvimento da promoção da exportação da música produzida na Bahia.

Indagamos como é avaliado o grau de profissionalismo dos brasileiros envolvidos com espetáculos no exterior. E, por fim, procuramos conhecer os procedimentos dos agentes ao negociar contratos com artistas brasileiros, quanto a valor de cachê, exigências técnicas, número de pessoas viajando, etc.

Para o desenvolvimento deste estudo estruturamos a dissertação em mais três outros capítulos, além do já apresentado. Refletimos, no capítulo 2, sobre as teorias pertinentes ao consumo de um produto artístico estrangeiro na França. Discutimos idéias defendidas por cientistas sociais sobre *gosto e disposições estéticas, alta cultura e cultura popular, classes sociais e práticas culturais*. A influência da atração dos franceses pelo exótico e o uso dos estereótipos em relação à música brasileira, também são enfocados neste capítulo.

A presença da música brasileira na França é abordada no capítulo 3. Iniciamos com o estudo de alguns momentos exemplares das relações franco-brasileiras que contribuíram para a construção das representações francesas sobre o Brasil. São revistas as primeiras imagens sobre o Brasil; os movimentos de vanguarda surgidos após a primeira guerra mundial - marcando uma mudança quanto à forma do europeu relacionar-se com o *outro* - que tiveram como uma das conseqüências o surgimento de um fenômeno que recebeu, na França, o nome de *négrophilie*. Esta modificação do olhar europeu em relação às culturas do mundo foi uma

das razões das visitas de artistas e intelectuais franceses, como Blaise Cendrars e Darius Milhaud, ao Brasil, no início do século XX, que resultaram em interações com o Brasil e com artistas brasileiros. Os artistas franceses acabaram por difundir uma imagem do Brasil que por sua vez vai influenciar definitivamente suas obras.

A bossa nova também irá proporcionar uma interação entre artistas brasileiros e franceses, maiores responsáveis pela difusão do gênero na França. O aspecto inovador e a qualidade artística da bossa nova despertaram nos franceses uma *paixão*, aludida por artistas e pela imprensa do país. O gênero foi o primeiro a ser citado pelos entrevistados como representante da música brasileira. Ainda no capítulo 3, investigamos o Tropicalismo na França, que se deu, muito mais pela excelente acolhida de dois de seus artistas mais representativos, Caetano Veloso e Gilberto Gil, do que pelo conhecimento das propostas do movimento. Os dois tropicalistas baianos são os artistas brasileiros mais lembrados nas entrevistas realizadas. Finalizando o capítulo, enfocamos o contexto atual dos espetáculos de música brasileira e baiana na França.

O quarto capítulo apresenta e analisa as entrevistas realizadas com os agentes culturais franceses. Dividido em quatro seções abordamos as imagens que os profissionais fazem da música brasileira; as imagens que fazem da música baiana, os procedimentos realizados nos processos de compra e, por último, as estratégias mercadológicas para a promoção da música baiana no exterior.

Finalizamos o estudo com as conclusões finais da pesquisa apontando, também as limitações do estudo e possibilidades de ampliação e avanço nas investigações sobre a exportação da música produzida na Bahia.

Neste capítulo fazemos uma reflexão sobre as idéias pertinentes ao consumo e à fruição dos espetáculos de *musiques du monde* na França. Partindo do princípio que a sociedade, por meio de seus diversos mediadores, institui padrões estéticos, comportamentais e relacionais que adéquam produção e consumo (NORBERTO, 2003), abordamos um conjunto de conceitos que se relacionam com as representações que orientam os agentes culturais franceses no processo de decisão de compra das *musiques du monde*.

Iniciamos com um análise do papel do comprador dos espetáculos de música brasileira na França, que atua simultaneamente como captador e prescritor de tendências e propostas culturais. São também abordados os temas *gosto e disposição estética*, destacando os estudos das práticas culturais dos franceses. A atração da França pelo exótico – que influencia, até hoje, comportamento e consumo - é analisada neste capítulo, assim como uma das operações mais comuns efetuadas no exotismo: o uso de estereótipos. Buscamos compreender o discurso do estereótipo - que fixa o objeto a uma imagem criada – e sua eficácia em manter a hegemonia dos *padrões ocidentais*.

2.1 PERCEBER E CRIAR

Os agentes culturais franceses responsáveis pela compra dos shows de música brasileira/baiana exercem o papel de mediadores entre os artistas e o público, entre produtor e consumidor. Sua atuação será tratada, nesta seção, à luz do conceito dos comportamentos miméticos. Elaine Norberto em seu artigo *Consumo, mimesis e sentido* (2003) considera que os comportamentos miméticos têm um papel fundamental na difusão das inovações sociais do consumo, ressaltando que eles não explicam o *sentido* destas mudanças.

O teórico René Girard propôs o termo *mimesis* para complexificar o fenômeno da imitação. A utilização do termo serve como ruptura à concepção ocidental, que vem desde Platão, de considerar a imitação apenas no seu aspecto representativo. Girard irá apontar para a natureza conflituosa do fenômeno social, quando considerada em sua dimensão de apropriação, que gera antagonismos e crises. Em seu livro *Mesonge romantique et verité romanesque*, de 1961, o escritor traça o percurso da evolução da *mimesis apropriativa* a partir da leitura dos grandes escritores. Em Cervantes, o modelo a ser copiado era muito superior a quem o copiava, em Stendhal, percebe-se uma redução maior da distância entre o modelo e quem o copia. A estas

formas de *mimesis*, cujo o modelo era superior a quem o copia, o autor classificou como mediação externa. Analisando a obra de Dostoiévski Girard identifica o deslocamento da mediação externa para a mediação interna, uma vez que a *mimesis* passa a acontecer entre iguais. O autor conclui, a partir do estudo, que existe uma correlação entre a transformação da sociedade quanto a diminuição das diferenças sociais e a evolução do conceito de *mimesis*.

A sociedade moderna instituiu a igualdade entre os homens como um valor essencial e busca corrigir as diferenças e desigualdades, considerando-as como disjunções do sistema. Entretanto, segundo Girard, este ideal de igualdade é artificial, e leva o homem moderno a viver o conflito entre imitar o *outro* ou o *próximo* enquanto, simultaneamente, busca distinguir-se *dele*. Os desejos e anseios vão ser pautados pelo *outro*, para cada sujeito o *outro* é modelo e ao mesmo tempo rival, “O que é preciso possuir, o que é preciso fazer, é determinado pelo que os outros possuem e fazem” (NORBERTO, 2004). Para Girard, a mediação externa, extinta na idade moderna, foi substituída pela mediação interna.

Norberto discorda do teórico quanto ao desaparecimento da mediação externa. Segundo a autora, “os modelos de mediação externa não desapareceram: abrem-se novos horizontes, criam-se novos mecanismos, sistemas, redes.” (NORBERTO, 2003, p. 191). O que ocorreu foi uma ampliação dos dispositivos sociais de imitação. Os *star systems*, por exemplo, constituídos por “... artistas, modelos formadores de opinião, prescritores, pessoas que pela sua beleza, força, performance ou saber têm um papel chave na difusão de padrões de consumo diversos” (Ibid, p. 191). Estes atores são responsáveis por uma nova forma de mediação externa, que propõe, permanentemente, novos padrões de consumo, reinterpretados e reapropriados pelos grupos sociais, sendo difundidos também por mediações internas.

Os agentes culturais franceses estão inseridos neste processo social quando buscam atender às demandas dos consumidores surgidas das tendências sociais e, ao mesmo tempo, atuam como prescritores, ao criar e estabelecer novos padrões de consumo cultural. Detentores de saber e poder os agentes culturais devem *Perceber e Criar*, tendo, portanto, a “função sináptica de captar as tendências sociais para, a partir delas, propor novos objetos” (Ibid., p. 192). No caso do consumo de *musique du monde* na França, estamos tratando de um fenômeno originado no pensamento de vanguarda - inaugurando uma nova forma de relacionamento da Europa com as *culturas do mundo* - e que, nos dias de hoje, tornou-se uma tendência consolidada, de diversas formas, em segmentos econômicos como a indústria cultural e o turismo. Na

entrevista empírica encontramos depoimentos em que os profissionais mostram-se interessados, tanto para satisfazer o público como a si próprios, em apresentar novidades, ou seja, existe continuamente o propósito de apresentar novos talentos, ou, até mesmo artistas tradicionais desconhecidos do grande público francês.

As relações entre os próprios agentes também podem ser entendidas como mediações internas. Os diversos atores envolvidos com espetáculos de *musique du monde* organizam-se em redes, formais ou informais, muito ativas, onde são trocadas informações, realizadas parcerias e avaliadas as ações de cada um de seus componentes.

O conceito dos comportamentos miméticos aplica-se com pertinência na análise da atuação dos agentes culturais franceses no caso estudado, porém não é suficiente para conhecer e compreender de que forma se dá aceitação e conseqüente consumo da música popular brasileira e da música produzida na Bahia.

2.2 GOSTO E DISPOSIÇÕES ESTÉTICAS

Para complementar o entendimento do consumo da música popular brasileira na França, refletiremos sobre as questões do *gosto* e das *disposições estéticas*, apoiando-nos nas teorias de Pierre Bourdieu e Bernard Lahire, sociólogos franceses que se debruçaram sobre o tema, buscando uma relação entre práticas culturais e classes sociais. Os dois sociólogos fazem parte de um grupo de cientistas sociais que, a partir da segunda metade do século XX, fizeram investigações críticas sobre as desigualdades culturais e suas relações com a desigualdade social na França. Estes trabalhos, com diferentes abordagens, servem para compor um quadro sobre as práticas culturais dos franceses, desde a década de 60 até hoje.

As reflexões sobre gosto, experiência e juízos estéticos vêm sendo elaboradas desde o século XVII, quando a palavra *gosto* aparece nas discussões sobre arte (GREENBERG, 2002) e, desde então, a questão foi enfrentada por diferentes correntes de pensamento, de Baumgarten ao idealismo kantiano, chegando até a Escola de Frankfurt, com Adorno e Benjamim. Percebe-se que as questões envolvendo o tema permanecem polêmicas: como definir *gosto*? Em que bases se apóia o juízo estético? Diante da complexidade do assunto e das diferentes teorias e análises surgidas ao longo da história, optamos por estudar algumas idéias já formuladas, detendo-nos naquelas que têm maior pertinência para o estudo do nosso objeto.

2.2.1 Uma questão de gosto

A palavra *gosto* surge na reflexão sobre a arte no século XVII, e passa a significar a “faculdade do juízo estético” a partir do século XVIII (GREENBERG, 2002). Montesquieu, já em 1775, referia-se ao gosto como “um saber que não pode explicar o seu conhecer, mas goza-o” (AGAMBEN, 1992, p. 140). A questão envolve, desde o início, o problema de *outro saber* e *outro prazer* que só podem ser descritos por metáforas. As dificuldades encontradas para explicar objetivamente o gosto, por estar este diretamente relacionado à sensibilidade, geraram teorias como “O não sei quê” do Padre Feijó, formulada em 1833, o qual, ao tentar descrever o belo, rendia-se à impossibilidade de encontrar palavras e conceitos, resignando-se a falar do ““não sei quê” que agrada, apaixona e encanta” (Ibid., p. 146). Segundo Greenberg, a dificuldade está relacionada à dúvida em considerar o gosto como um assunto subjetivo ou objetivo e ele afirma que Kant, em sua *Crítica do Julgamento*, enfrenta esta dificuldade “como ninguém ainda fizera” (GREENBERG, 2002, p.65).

Para Kant, o julgamento do gosto não é feito com base na cognição, mas pela concordância entre a imaginação e a sensação de prazer ou dor (BENDA, 1965, p.149), compreendendo-se como *sensação* o efeito causado, em um indivíduo, pela representação de um objeto. Kant separa a cognição da sensação de satisfação. O julgamento do belo não está vinculado à qualidade do objeto em si mesmo, mas sim ao efeito que a representação do objeto provoca no indivíduo. A satisfação alcançada, independente da qualidade do objeto, é considerada por pelo filósofo alemão como “pura e desinteressada”. Se admitirmos que o indivíduo é capaz de fazer um julgamento de beleza “puro e desinteressado”, ou seja, independente de qualquer conceito, sem basear-se em uma inclinação individual e ou em outro interesse premeditado, então podemos ampliar tal capacidade para todos os indivíduos. É o que Kant chama de *satisfação universal*. Ao julgarmos uma coisa bela, estamos pressupondo que outros já tiveram a mesma sensação muitas vezes antes e a terão, ainda, depois de nós. Esta conformidade depende de um princípio de comunicabilidade universal, que, para o autor da *Crítica do Julgamento*, é produto de um jogo entre a imaginação e o entendimento. Uma troca em que uma faculdade mental é excitada pela outra, mas sempre com a prevalência do sentido sobre os juízos em conceitos. O filósofo deduz que a condição para ocorrer a comunicabilidade universal é o *sensus communis*, uma noção ou faculdade operada de forma igual em todos os indivíduos na experiência estética.

A teoria do senso comum vai gerar a idéia do *gosto natural* e os conceitos de *bom gosto* e *mau gosto*, altamente questionados por pensadores que sucederam Kant. Tais postulados serviram como divisor de águas para a reflexão sobre o gosto. Greenberg – mesmo valorizando o ineditismo do pensamento kantiano – considera que o filósofo não consegue resolver o problema da objetividade ou subjetividade do gosto por não provar de que modo esta faculdade universal resolve as questões de desacordo em torno dos julgamentos estéticos. Ele sugere que o fracasso do pensador alemão ao tentar sustentar a objetividade do *gosto universal* pode ter sido “[...] em grande parte responsável pelo aparente abandono generalizado do problema do gosto ou do juízo estético, durante certo período, por parte dos filósofos da arte que o sucederam.” (GREENBERG, 2002, p.66).

Para Monclar Valverde, em seu livro *Estética da Comunicação*, a idéia de *bom gosto*, confundida com um discurso moralizante associado ao gosto requintado e ao comportamento de *bom tom*, pode ter sido a razão de o tema ter caído no ostracismo teórico, após a Revolução Francesa, que marca o surgimento do materialismo progressista e cientificista. O racionalismo progressista vai evoluir para uma radicalização dialética que passa a ver a questão do gosto segundo a ótica das discussões ideológicas e sobre classes sociais. (VALVERDE, 2007).

O racionalismo vai, então, guiar os movimentos modernistas do século XX, que buscarão na ciência e na epistemologia um meio para acabar com as mitificações. Para Valverde, esta operação acaba por fundar outro mito, o da *vanguarda heróica*. A distinção dada à sensibilidade artística *moderna*, em oposição à sensibilidade *normal*, coincide com uma ruptura radical entre o saber legítimo e o *pouco-legítimo* senso comum. Esta postura iluminista produz uma arte e uma teoria formalista afastada do homem comum.

Theodor W. Adorno, em seu ensaio *O fetichismo na música e a regressão na audição*, fala sobre a “decadência do gosto” provocada pela cultura de massa. O ensaio é uma resposta ao texto de Walter Benjamin sobre *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, em que é levantada a capacidade potencial de reprodução das obras de arte - através de meios tecnológicos – para possibilitar o acesso da *massa* às mesmas. Enquanto, para Benjamin, a reprodução técnica desmitifica a arte, retirando a sua aura, tornando-a mais acessível ao grande público, para Adorno, a reprodutibilidade serve apenas aos mecanismos de dominação social e impede o progresso da *verdadeira arte*. O indivíduo atingido pela indústria cultural perde a capacidade de apreciar e avaliar o que está ouvindo e acaba gostando do que foi mais

repetido.

Em vez do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. O comportamento valorativo tornou-se uma ficção para quem se vê cercado de mercadorias musicais padronizadas. (ADORNO, 1992, p. 65).

Não discordamos totalmente do argumento acima e encontramos, na pesquisa empírica, um testemunho de que a indústria cultural tem um papel crucial na divulgação e no consumo das produções musicais atuais. O agente francês, especializado em representar artistas brasileiros, Frédéric Gluzman, está convencido de que só em parceria com uma grande cadeia nacional de rádio é possível “alavancar” a carreira de um artista brasileiro na Europa. Entretanto, entendemos que esta postura coloca o consumidor em posição totalmente passiva e submissa. Valverde, ao analisar o princípio da Estética da Recepção, que privilegia a posição e a função da *leitura*, na comunicação mediática, vai alertar para o perigo do radicalismo em superestimar o poder de manipulação dos meios de comunicação de massa:

Há uma certa maneira de descrever esta situação de modo muito instrumental e maniqueísta, supondo que a indústria cultural nos manipule a ponto de poder definir nossas preferências estéticas, impondo certos formatos com o propósito de obter maiores lucros. Contudo, essas configurações e essas formatações não obedecem apenas aos desígnios industriais ou às conveniências comerciais, mas igualmente à dinâmica da própria recepção, que pode ser – isto sim – codificada e explorada pela indústria cultural, de modo a transformar aqueles padrões em esquemas rígidos, estereotipados e excludentes. (VALVERDE, op. cit., p.147)

Não queremos, aqui, negar a inestimável contribuição de Adorno em sua crítica em relação à imposição do gosto e das disposições estéticas pela indústria cultural e não iremos entrar no debate que opõe o desenvolvimento da arte através das novas tecnologias - com o conseqüente progresso da produção artística e do acesso das massas à arte - à evolução de uma *música autônoma* “que se quer conhecimento” (KOTHE, 1978, p. 48). O que nos inquieta em Adorno em *O fetichismo na música...*, é que, ao tratar da problemática do gosto musical, adote os conceitos de *música superior e música inferior, musica séria* em oposição à *música popular*. Adorno inicia o texto afirmando que “toda vez que a paz musical se apresenta perturbada por excitações bacânticas, pode-se falar na decadência do gosto”

(ADORNO, op. cit., p.65). Se formos validar tal juízo, que parte de uma rejeição dos elementos báquicos “perturbadores da paz musical”, encontraremos, então, muitas dificuldades ao tratar, à luz de suas idéias, o tema da música popular brasileira, conhecida como uma “música festiva”, fato comprovado em nossa pesquisa empírica. Os críticos de Adorno vêem certa postura aristocrática em seus julgamentos como resultante, talvez, de sua origem na alta-burguesia vienense. Tal associação coincide com a tese de Bourdieu sobre a vinculação classe social/gosto estético.

2.2.2 Diferenças de classes e práticas culturais

Consideramos pertinente utilizar as idéias de Bourdieu para tentar compreender o consumo de música brasileira na França. Porque os franceses gostam da música brasileira? Quem consome este tipo de música? A tese defendida por Pierre Bourdieu ao relacionar estilo de vida e gosto estético às diferentes classes sociais, no seu ensaio *Gostos de classes e estilo de vida* (1981), contribui para ampliar a reflexão sobre estes questionamentos.

Para explicar tal correspondência, o autor parte do conceito de *habitus*, um princípio unificador e gerador das disposições que atuam no pensar, sentir e agir. Este sistema de leis éticas e estéticas foi engendrado nas condições materiais de existência e traduz sua lógica própria relacionada a estas condições. Conhecido e reconhecido pelos indivíduos, o *habitus* é incorporado por meio de um trabalho de nomeação e inculcação operado no seio da sociedade. É um esquema determinante do gosto, da propensão e da aptidão à apropriação material e/ou simbólica que vai ser a fórmula geradora do que se chama estilo de vida: um conjunto unificado de disposições estéticas e práticas culturais, ligado diretamente à intuição, que se materializa em várias expressões, como moda, decoração e linguagem (inclusive linguagem corporal).

A predisposição para a apropriação material ou simbólica de bens artísticos e culturais tem relação direta com as diferentes classes sociais. Bourdieu afirma que “Nada distingue, com efeito, mais rigorosamente as diferentes classes do que as disposições e as competências objetivamente exigidas pelo consumo legítimo das obras legítimas” (BOURDIEU, 1981, p. 89). Os gostos aparecem distribuídos nos diferentes níveis sociais de tal modo que “o que é raro e constitui um luxo inacessível ou uma fantasia absurda para os ocupantes do nível anterior ou inferior, torna-se banal ou comum” (Ibid., p. 85) para a classe superior, deixando

de ser uma forma de distinção para esta classe.

Para o autor, a experiência estética só se realiza quando liberada das “urgências materiais”, quando se alcança uma “distância com o mundo”, um desembaraço das exigências cotidianas e se pode, por exemplo, dedicar tempo para contemplar uma obra de arte. O teórico francês aborda, ainda, a questão da competência específica para tal prática estética, dando como exemplo os “criadores”, capazes de dar valor estético a objetos “vulgares”. Porém, os desprovidos desta competência só conseguem realizar tal experiência aplicando esquemas universais de aceitação e não são capazes de fruir obras de arte sem se perguntar *o que ela quer dizer? e/ou para que serve?*.

A aptidão para pensar objetos quaisquer e ordinários (como uma casca, uma armação metálica, repolhos), espontaneamente “odiosos” (como uma cobra) ou tabus sociais (como uma mulher grávida ou um acidente automobilístico), enquanto belos, ou melhor, enquanto justificáveis de uma transfiguração artística (através da fotografia, o mais acessível dos instrumentos de produção artística), está fortemente ligado ao capital cultural herdado ou adquirido escolarmente. Somente uma minoria (feita de produtores artísticos, de professores de ensino superior e de intermediários culturais) julga, como o quer a definição legítima da disposição legítima, que qualquer coisa pode ser objeto de uma bela fotografia. (Ibid., p.89).

A aquisição do capital cultural se dá prioritariamente e precocemente no meio familiar, seguida pela educação escolar. O gosto é resultado de processos educacionais, não existindo o “gosto natural” defendido por Kant. A defesa da idéia de “gosto natural” reflete uma tentativa de esconder as diferenças de capital cultural resultantes das diferenças entre as classes sociais.

O *gosto* está diretamente ligado ao conceito de *cultura legítima* ou *alta cultura*, a cultura dominante que é definida quase sempre em relação à cultura dominada ou cultura popular, com a desvalorização desta. Esta submissão à cultura dominante é análoga à submissão no universo do trabalho, no qual o desapossamento cultural e a incompetência em dominar o discurso teórico são comparáveis à exclusão da propriedade dos instrumentos de produção. A ruptura entre os saberes práticos e o conhecimento teórico, entre a concepção e a execução, é que garante a legitimidade da cultura dominante. Para Bourdieu, a cultura popular, na Europa, é “[...] uma forma mutilada, diminuída, empobrecida, parcial, da cultura dominante [...]” (Ibid., p.106).

Dissemos, no início da seção, que as idéias desenvolvidas por Bourdieu poderiam contribuir para a compreensão das razões do gosto dos franceses pela música popular brasileira. Porém,

devemos estar atentos a alguns conceitos utilizados pelo autor como *cultura legítima*, *alta cultura* e *cultura popular*. Como classificar a arte produzida no Brasil por Paulinho da Viola, João Gilberto, Caetano Veloso, Tom Jobim e tantos outros? A MPB recebe o tratamento de cultura legítima pela crítica musical brasileira. Augusto de Campos no livro *Balanço da bossa e outras bossas* (1978) compara as experiências de vanguarda do tropicalismo às experiências da música erudita contemporânea internacional e já prevê, em 1969, o reconhecimento internacional do valor artístico de Caetano Veloso e Gilberto Gil. Como explicar, por exemplo, o “fascínio” que a música popular brasileira causou no compositor francês Darius Milhaud, um representante diplomático francês, que incorporou esta influência na sua própria criação artística?

Uma das explicações possíveis é o fato dos franceses não valorizarem sua própria cultura popular. Claude Nougaro, compositor responsável por versões de canções brasileiras para o francês, vai fazer o seguinte comentário diante de sua surpresa com a qualidade musical da bossa nova: “Eu não tinha idéia que podia existir uma música popular desse jeito porque eu só conhecia a caricatura da opereta vulgar francesa.”(NOUGARO apud DELFINO, 1988, p.135). Tal observação pode explicar o interesse pela música popular brasileira por parte de franceses, com capital cultural adquirido.

Ao inquirimos na pesquisa empírica sobre que tipo público frequenta os espetáculos de música popular brasileira, alguns profissionais fizeram referências diretas a determinadas categorias e classes sociais, e, principalmente, a um público com capital cultural adquirido. Os entrevistados informaram que, em linhas gerais, os profissionais liberais e os profissionais ligados à educação pública nacional francesa, incluindo os professores universitários, pertencentes à classe média e superior são o maior público da música brasileira na França. O diretor de programação de espetáculos do Parc de La Villette, em Paris, Frédéric Mazzely, define, *grosso modo*, o público de *musique du monde* como “um público com uma bagagem intelectual um pouco elevada, uma categoria social de classe média, muitos professores, pessoas área da educação, pessoas que tem práticas culturais importantes. São os profissionais liberais, tudo que chamamos de categoria social média ou superior”. Olivier Delsalle, diretor-assistente do Festival Île de France, que programa música clássica, jazz e música tradicional, tanto francesa quanto de outras partes do mundo, reluta em associar o público do festival a uma classe específica e considera que é mais uma “capacidade intelectual do que uma capacidade sócio-econômica”. Mas, ao descrever o tipo de público frequentador, Delsalle

conclui que “[...] é uma classe social mais elevada, é um meio de profissionais liberais, médicos, doutores, etc., mas também da classe média, como *instituteurs*⁶ ou professores”.

Tais observações nos dão argumentos para supor que, na Europa, a música popular brasileira seja consumida pelas classes média e alta, por fazer parte de um universo simbólico relacionado às *culturas do mundo* valorizadas, atualmente, pelo público europeu. A afirmação dos profissionais de que as classes média e alta - ou ainda os portadores de *bagagem intelectual* – formam o principal público dos shows brasileiros sugere que a música popular brasileira pode estar sendo consumida, ou fruída, na Europa, como um produto valorizado e, ao mesmo tempo, *exótico*. Porém, fica ainda a dúvida em relação ao conceito de *alta cultura* e *cultura legítima*. Será que esta tendência social legitima as expressões artísticas populares das diversas partes do mundo?

2.2.3 Práticas culturais heterogêneas

Discordando de Bourdieu, Bernard Lahire, no seu livro *A cultura dos indivíduos* (2006), aponta para uma heterogeneidade de gosto e disposições estéticas entre indivíduos de uma mesma classe e, numa abordagem inédita, para uma heterogeneidade de práticas culturais do próprio indivíduo, variações que ele chama de intra-individuais. Esta colocação nos interessa uma vez que o autor, ao atualizar as pesquisas sobre as práticas culturais dos franceses, vai discutir as definições de *cultura legítima* (alta cultura) e *cultura ilegítima* (cultura popular), conceitos importantes na análise da valoração conferida pelos agentes culturais e pelo público francês à música brasileira. Esta abordagem não nega totalmente os estudos sociológicos anteriores que relacionaram as desigualdades culturais às desigualdades sociais, resultando em análises críticas e formulações de políticas culturais, porém propõe, a partir do conhecimento das desigualdades culturais, conduzir uma pesquisa empírica para examinar variações intra-individuais, antes de enquadrar os indivíduos em uma determinada classe social.

Cada retrato individual, que não tinha a função de ilustrar culturas de grupos, de classes ou de frações de classe, mostrava bem que, longe de se limitar a um registro cultural único, as pessoas entrevistadas manifestavam ambivalências, oscilações ou

⁶ *Instituteur* é o termo usado para designar o docente do sistema de ensino fundamental francês.

alternâncias dentro de cada campo (por exemplo, música clássica e música pop ou literatura clássica e literatura folhetinesca ou revista *People*⁷) e/ou de um campo cultural a outro (da leitura à música, da televisão aos programas culturais, etc). (LAHIRE, 2006, p.19).

Resguardando-se de uma crítica à ênfase do individualismo na sociedade contemporânea, o autor esclarece que não se trata de renunciar às classificações em grupos ou categorias em nome de um pretense *desaparecimento* de grupos e classes sociais. Lahire apóia-se em Bourdieu para considerar que as realidades individuais são socialmente produzidas. Seu objetivo é produzir conhecimento sobre as práticas culturais dos franceses a partir de uma base individual, fazendo uma relação com os diversos contextos em que estas práticas estão situadas.

Em sua pesquisa empírica, a primeira constatação estatística relacionada a todas as classes sociais é o número majoritário de indivíduos com práticas culturais “dissonantes”, ou seja, pessoas que cruzam normalmente as fronteiras da *cultura legítima* e da *cultura ilegítima*. Este número cresce nas classes médias e altas, nos mais escolarizados e nas pessoas com mais idade. A explicação de Lahire para este fenômeno está nos processos de socialização pelos quais passam os franceses no momento atual. São vários os momentos em que o indivíduo entra em contato, vivencia e acaba por adotar as práticas culturais de outras classes sociais, desde as experiências socializadoras heterogêneas na infância e adolescência, frequentando a escola, grupos de amigos, instituições sociais e culturais, inclusive na convivência com a própria família, cuja origem pode transmitir outro tipo de cultura; passando pelas relações conjugais, que podem alterar a posição na classe social e, principalmente, pela interação com uma rede de amigos que permite comportamentos heterogêneos de acordo com o tipo de amigo; e até mesmo a diferenciação desse comportamento em contextos transitórios como as férias e períodos de festa.

Para Lahire, estes processos de socialização apontam para uma França suscetível às mobilidades sociais e em processo de interação entre as classes sociais, tendo como reflexo as ocorrências majoritárias de disposições estéticas e práticas culturais heterogêneas. Condição que se reflete nas produções culturais, e, apesar de a pesquisa ter sido centrada nos consumidores, o autor está convencido de que os produtores culturais concebem e realizam

⁷ Revista americana que cobre o mundo das *celebridades*.

seus produtos segundo uma fórmula geradora que leva em conta a heterogeneidade de práticas e preferências, por ele identificada⁸.

Um aspecto importante dos estudos de Lahire diz respeito diretamente à classificação hierárquica da música brasileira no âmbito artístico e cultural. Trata-se do “questionamento parcial” da teoria da legitimidade. O próprio autor ressalta o termo “questionamento parcial” porque se apóia nessa teoria para “prolongá-la ou reformulá-la”, partindo do princípio que a teoria da legitimidade cultural tinha como objetivo inicial combater a ideologia do *gosto natural*, empenhando-se em demonstrar que existe uma correspondência entre hierarquia das artes e gêneros artísticos e a hierarquia social/educacional do público consumidor. Porém, esta hierarquia só pode ser validada dentro de um regime de crença e de dominação, ou seja, se um indivíduo, grupo ou uma comunidade acreditar na superioridade de certas produções e atividades culturais em relação a outras e submeter-se a ela. Além disso, a crença na legitimidade cultural tem que estar intimamente relacionada ao grau de desejabilidade coletiva do bem ou da atividade cultural.

Para garantir a eficácia da idéia de *cultura legítima*, afirma Lahire, são necessários dois componentes. Primeiro, o conceito só pode ser empregado em uma sociedade de classes e de classificações claramente definidas, com posições sociais diferenciadas e hierarquizadas. Em segundo lugar, o indivíduo, sobre o qual se exerce a ordem legítima dominante, deve ter consciência “mais ou menos clara” de uma hierarquia entre os bens, instituições e atividades artísticas e culturais e, além disso, deve estar disposto a se submeter às imposições da ordem cultural dominante. Lahire relata casos de entrevistados que, por exemplo, por possuírem um forte capital econômico, não se impressionam com a cultura legítima literária ou artística. Outra forma de recusa da legitimidade cultural encontra-se também nas falas de entrevistados,

⁸ Um dos entrevistados de nossa pesquisa empírica, Stéphane Vatinel, proprietário da casa de espetáculos *Divan du Monde*, em Paris, a par dessa nova conformação do público francês, apresenta uma programação heterogênea e diversificada: no mês de abril de 2008, por exemplo, realizou um evento de comunicação visual com designers japoneses, projeções de filmes de David Lynch com a presença do diretor, a noite brasileira *Avenida Brasil* com a banda, auto-denominada afro-baiana, *E-Tribal*, show de música cigana, show do cantor berbere argelino Malik Belili, e ainda, um grupo canadense com influências da música *kletzmer* e um festival de filmes sobre tradições espirituais de diferentes partes do mundo.

de todas as classes sociais, que criticam a cultura *intelecto, cabeça*, séria demais, comportada demais, colocando-a em oposição à cultura divertida, festiva, convivial e descontraída. O sociólogo identifica ainda outras formas de recusa de legitimidade, como o caso dos fãs da cultura pop, dos crentes religiosos e dos oriundos de outras culturas residentes na França. De qualquer forma, o que o autor quer demonstrar é a impermanência e a impossibilidade de universalização do *efeito de legitimidade*.

O mundo social jamais foi unificado a ponto de permitir apenas a existência de uma única escala de legitimidade cultural (aquela que é imposta por uma parte, e apenas por uma parte, dos dominantes), a ponto de se observar um monopólio exclusivo (mesmo que esteja em debate no interior das classes dominantes) da definição da cultura legítima e um reconhecimento unânime e sem exceção dessa legitimidade por parte do conjunto dos dominados. (LAHIRE, 2006, p.49).

Embora o autor não se detenha especificamente na questão da produção e consumo de *musique du monde*, ele faz uma abordagem que permite um outro olhar sobre a questão da música popular, condenada à categoria de *cultura ilegítima* no julgamento europeu de Bourdieu e Adorno. Porém, a idéia de *prática legítima* e *cultura legítima* permanece e transparece, na pesquisa empírica elaborada por Lahire, na tentativa dos entrevistados de aparentar um capital cultural superior ao efetivamente adquirido ou de justificar suas práticas *pouco legítimas*.

Todas estas desculpas, justificativas, contextualizações, relativizações não existiriam se, como certas teorias gostariam de nos fazer crer, as hierarquias, as dominações e as desigualdades culturais fossem coisa de outro século e, por isso, não tivessem mais efeito sobre os indivíduos. (Ibid., p.53).

O que se dá, então, é uma relativização da idéia de *cultura legítima*. A legitimação continua existindo e será resultado de uma relação de forças entre múltiplas instâncias, como instituições culturais e mídias, por exemplo, em que prevalecerá quem tiver maior capacidade de impor sua cultura ou fazer prevalecer o sentimento da importância da mesma. Por exemplo, determinadas categorias sociais ao estabelecerem preços ou valores para diferentes gostos, produtos ou atividades culturais estão, também, impondo uma *ordem cultural legítima*.

Quanto ao nosso questionamento sobre o grau de legitimidade da música popular brasileira, enquadrada na categoria *musiques du monde*, não conseguiremos uma resposta conclusiva a partir da pesquisa conduzida por Lahire. A hierarquia de legitimidade dos gêneros musicais foi estabelecida pela própria pesquisa empírica. Desta forma, a *chanson* francesa, o pop francês e internacional, o rap, o *hard rock*, o *punk*, o *trash* e *heavy metal* são considerados gêneros de fraca legitimidade cultural; o rock é considerado como de média legitimidade cultural, enquanto a música clássica, o jazz e a música de ópera são considerados gêneros de forte legitimidade cultural. A *musique du monde* foi considerada com gênero inclassificável quanto à legitimidade cultural, junto à música de opereta e à música de filme.

Podemos sugerir algumas explicações para a impossibilidade de classificação, tais como o surgimento relativamente recente do termo *musique du monde*, no final da década de 80 e a inserção dessa categoria no mercado; a condição de produto de exportação proveniente, em geral, de países do terceiro mundo em concorrência com a música européia e/ou anglo-saxônica; ou, ainda, a ausência de uma tradição de crítica especializada que chancele e filtre as inúmeras e desiguais produções vindas das diferentes partes do mundo. Nossa tentativa de explicação, baseada no fator tempo, toma como exemplo a classificação dada ao jazz na pesquisa. A inclusão do jazz como música de *forte legitimidade cultural* nos remete novamente ao texto de Adorno, escrito em 1938, sobre a decadência do gosto, que classificava o jazz como *música inferior* (ADORNO, 1992, p.93).

A música popular brasileira não é ignorada na pesquisa de Lahire e encontramos, nos relatos dos entrevistados classificados nas categorias “dissonantes provenientes das classes superior e média”, referências específicas ao consumo de música brasileira. Por exemplo, há um funcionário técnico comercial oriundo das classes superiores que possui discos de música brasileira em sua discoteca, uma secretária oriunda da classe média que cita um show de Bebel Gilberto entre os diversos espetáculos de *musique du monde* que costuma assistir, uma agente cultural de classe alta que se interessa por música brasileira e um músico de classe média que ouve “o músico de bossa nova Chico Buarque (‘que é um artista magnífico’)” (LAHIRE, 2006, p. 231, 264, 268 e 272), o que vai ao encontro das informações colhidas em nossas entrevistas junto aos agentes culturais franceses sobre a presença significativa das classes superior e média nos shows de música brasileira.

O estudo de Lahire adiciona um maior grau de complexidade em relação às práticas culturais

contemporâneas. A relativização do exercício da cultura dominante nos aponta a possibilidade de deslocamento na hierarquia da legitimidade quando tratamos de música popular na Europa. O resultado da pesquisa empírica sugere que classes média e superior são as principais consumidoras das *musiques du monde* e da música popular brasileira; entretanto, continua indefinido o grau de legitimidade dessa categoria.

2.3 EXOTISMO

Os agentes culturais franceses ao descreverem o que se chama de música brasileira, empregaram freqüentemente as palavras *festa*, *carnaval* e *alegria*, sempre acompanhadas da observação sobre o alto grau de *simpatia* e *atração* que essa música provoca no público francês. *Exotique* foi outra palavra bastante utilizada. O que nos leva a refletir sobre o quanto a atração pelo exótico, contido na imagem do Brasil, influencia em tais representações.

A atração do público francês pelo lado exótico modula a fala dos entrevistados, quando, espontaneamente, associam a música brasileira à festa, carnaval, areia branca e, claro, sobre esta areia “mulheres rebolando na beira da praia”⁹. Obtivemos, também, freqüentemente respostas positivas a perguntas estimuladas que relacionavam diretamente a música brasileira ao exotismo, com algumas poucas relutâncias de entrevistados que consideravam o termo pejorativo.

O jornalista do jornal francês *Le Monde*, Bruno Lesprit, vai lamentar os equívocos causados pelo tratamento dado a música brasileira, quando considerada apenas pelo seu lado exótico e pelos apelos sensuais:

Em matéria de exotismo vulgar a França agravou a situação. Aqui foi inventada a lambada, artefato de origem boliviana travestido de dança brasileira pela TF1¹⁰ e uma marca de refrigerante. Foi aqui também que uma canção menor de Chico Buarque (Essa moça tá diferente) tornou-se um *hit* tardio, graças a uma publicidade *sexy*. (LESPRIT,2005) (tradução nossa).

Consideramos que a atração pelo exotismo da música brasileira foi uma das razões que possibilitou, ao longo dos anos, a apresentação de inúmeros artistas brasileiros em palcos

⁹ Conforme descrição de Stéphane Vatinel no Anexo.

¹⁰ Canal de televisão francês.

franceses, criando-se uma tradição do consumo da música brasileira na França. Devemos ressaltar que este tema não é recente. O exotismo é uma forma de relacionamento que se registra na Europa desde a época dos descobrimentos e vem sendo objeto de estudo, desde então.

2.3.1 Exotismo na Europa

A palavra *Exotique* por etimologia está ligada à idéia de estrangeiro: vem do latim “exoticus”, que por sua vez vem do grego “exotikos” e é formada a partir do elemento “exo” (de fora), que significa “estranho, exterior”. É difícil definir claramente o que é considerado exótico pela cultura francesa. Todorov, no seu livro *Nous et les autres – La réflexion française sur la diversité*¹¹ (1998), considera o exotismo como um relativismo onde o que se valoriza é um país, uma cultura definidos exclusivamente por sua relação com o observador, com um julgamento de valor em que o outro é sistematicamente preferido. Trata-se mais de uma crítica a si mesmo do que de uma valorização do outro e mais de uma construção ideal do que da descrição de uma realidade. Os melhores candidatos ao papel de exóticos são os povos e culturas mais longínquos e dos quais se tem pouco conhecimento, refletindo um paradoxo implícito: uma intenção ambígua de valorizar o outro que não se conhece.

No exotismo geralmente são priorizados alguns conteúdos em detrimento de outros. Tais conteúdos são escolhidos em relação a um eixo simétrico que opõe determinadas características em relação a outras como, por exemplo, mais simples ou mais complexas, mais selvagens ou mais socializados. Até o final do século XVIII, a Europa Ocidental se considerava portadora de uma cultura mais complexa e desenvolvida que todas as outras. O exotismo se constituía na atração por outra cultura devido a seu primitivismo. Somente a partir do final do século XIX, a Europa começa a se interessar pelo que se chamou “renascimento oriental”, dando valor a certas tradições antigas árabes, indianas, chinesas, japonesas.

A valorização do primitivo, que se cristaliza na idéia do “bom selvagem”, inicia-se com as grandes viagens de descoberta no século XVI e com os relatos dos descobridores. Cristóvão Colombo, conforme seus primeiros relatos, acreditava que iria encontrar na América o “paraíso terrestre”. Américo Vespúcio, considerado um homem da Renascença, não

¹¹ *Nós e os outros – A reflexão francesa sobre a diversidade.*

acreditava nesta superstição, mas descrevia a vida dos índios como próxima àquilo que devia ser o paraíso. Sua descrição dos habitantes das Américas, vivendo segundo a natureza, nus, sem subordinações ou hierarquias, sem interditos sexuais e ainda com um vigor físico de super-homens foi fundamental para inspirar Montaigne na construção do mito do *bon sauvage*, considerando esses homens superiores ao europeu da época.

Montaigne também leu os relatos de viagem de André Thevet e Jean de Léry, todos dois narrando suas viagens ao Brasil. Além disso, estava presente na famosa apresentação dos “*vrais sauvages*” ao Rei Henri II, em Rouen, tendo interrogado três “selvagens”. Montaigne se serviu da imagem dos canibais para criticar a sociedade francesa da época e para mostrar que os homens primitivos estavam próximos da origem do homem, viviam felizes, juntos à natureza, gozando de sua abundância, desejando apenas o que suas necessidades naturais lhes exigiam.

A imagem do bom selvagem está sempre relacionada aos relatos de viagem que eram um dos gêneros literários de maior difusão nos séculos XVI e XVIII. O que justificaria empreender uma viagem tão cara, cansativa e perigosa? A resposta provável é que a viagem seria uma tentativa de superar a insatisfação com a vida levada nos países de origem, era o desejo de mudar de vida partindo para terras longínquas e desconhecidas. Desejava-se encontrar o *paraíso*, afastando-se da sociedade européia: “Para os viajantes franceses, todos os ‘selvagens’ se parecem: pouco importa se eles habitem na América ou na Ásia, se eles vêm do oceano Índico ou do Pacífico: o que conta, em efeito, é que eles são o oposto da França.” (Todorov, 1998, p.363).

Encontramos, em nossa pesquisa empírica, depoimentos coincidentes com uma postura semelhante diante do “primitivismo” do Brasil. Jean Michel de Bie, criador e ex-diretor do Festival de Jazz de Bruxelas, que programava tradicionalmente uma noite brasileira, descreve assim a atração do europeu pelo lado exótico do Brasil:

Sim, certamente o francês, o europeu de maneira geral, os italianos certamente, os povos latinos, são muito atraídos pelo “exotismo brasileiro” e encontram sensualidade da música de carnaval, com certeza. É também uma procura inconsciente do estado do paraíso natural. Nós todos temos o fantasma (e eu também) de estar lá em comunhão com os seres mais puros, mais virgens, mais de acordo com o próprio corpo, com sua sexualidade, como se nós vivêssemos de uma forma mais intelectual, mais neurótica enquanto o brasileiro vive de uma maneira mais animal ou mais instintiva. Isto também pode ser um clichê, é difícil separar o

que é clichê, eu conheci brasileiros que estão muito longe deste clichê, claro, mas é a imagem geral, tem sempre uma imagem que predomina.

O conceito do exotismo como uma atitude crítica de si mesmo e, conseqüentemente, a valorização do outro que está distante e não se conhece bem, irá modificar-se no século XX. Ao analisar a obra do francês Victor Segalen, Todorov aponta uma ampliação do conceito de exotismo, no início do século passado. Segalen irá defender uma idéia expandida de exotismo, indo além das reduções automáticas a um tipo de país ou cultura, aos clichês da cabana e das palmeiras. Para ele, “*L’exotisme est tout ce qui est autre*”¹² (SEGALEN apud TODOROV, p.429), é a estética da diferença que tanto pode servir para uma relação entre diferentes culturas, como também entre os diferentes gêneros, entre o homem e a natureza e até mesmo entre as diferentes artes.

Na prática, entretanto, Segalen, etnógrafo, arqueólogo e poeta, voltou-se para China, país tradicionalmente considerado como exótico pelos franceses. Mas esta escolha não foi pautada, apenas, pelo desejo de fugir de uma realidade e viajar para um país distante. O essencial, para Segalen, era viver intensamente a experiência da diferença. O intelectual francês considera fundamental ao exotismo bloquear o processo de assimilação (do outro) e de acomodação (de si mesmo) e manter o objeto diferente do sujeito, preservar a alteridade. Para garantir esta alteridade, o indivíduo deve ter identidade própria, sólida. Por outro lado, deve haver familiaridade, identificação com o objeto, pois, sem identificação, ignora-se o *outro*. Entende-se, portanto, à luz dessa teoria que o exotismo depende de dois momentos: a identificação com o objeto e o distanciamento para se perceber a diferença.

O ideal de alteridade, que, na opinião de Segalen, pode ser levado a bom termo, é constantemente ameaçado pelo que Todorov chama de inimigos do exotismo. Entre estes estão os colonizadores, empresários e comerciantes que só enxergam o *outro* como uma fonte de lucro, alguém a quem se pode enganar para tirar vantagem. Outro inimigo seria o turismo e sua forma superficial e apressada de conhecer outras culturas, além do impacto negativo que pode causar a determinadas populações, as quais muitas vezes mudam seu comportamento, seus hábitos, para agradar aos turistas.

Mas, para Segalen, o pior inimigo do exotismo, é aquele que reconhece a diferença e, ainda assim, empreende esforços para que o outro assimile seus usos, costumes e crenças. Nesta

¹² “O exotismo é tudo que é o outro”

categoria estão, por exemplo, os missionários e os administradores das colônias que queriam impor os hábitos franceses nos quatro cantos do mundo.

Percebe-se, a partir das exposições acima, o caráter ambíguo do tema. A atração pelo exótico da música brasileira, se por um lado, facilita aos artistas do Brasil sua entrada do mercado europeu, por outro, resulta em uma cruel restrição a todo o processo criativo e evolutivo da música brasileira, tendo provocado (e ainda provoca) reações no meio artístico e intelectual do Brasil.

2.3.2 Reações brasileiras

No início do Modernismo no Brasil, por exemplo, o exotismo foi um dos temas fulcrais: os modernistas tiveram de enfrentar a difícil questão de assumir uma identidade nacional e, ao mesmo tempo, evitar cair na armadilha de fazer, como dizia Oswald de Andrade, “macumba para turista”. Não se tratava apenas de uma crítica de âmbito doméstico, havia uma grande preocupação com a imagem da música do Brasil no exterior, particularmente na Europa. Mário de Andrade, em seu “Ensaio sobre a música brasileira”, publicado pela primeira vez em 1928, faz uma crítica radical a uma determinada posição dos modernistas brasileiros em relação à busca de uma música nacional:

O que deveras eles gostam no brasileirismo que exigem a golpes duma crítica aparentemente defensora do patrimônio nacional, não é a expressão natural e necessária duma nacionalidade não, em vez é o **exotismo**, o jamais escutado em música artística, sensações fortes, vatapá, jacaré, vitória-regia. (Grifo nosso) (ANDRADE, 1972, p.14).

Mário também conclui que um dos fatores que contribuem para esta “falsificação da identidade brasileira” é a “opinião do europeu”(Ibid., p.14). Para ele, o interesse da Europa pela música nacional dizia respeito apenas à busca pelo exótico; qualquer tentativa de fazer uma música diferente do “bataque brabo” era considerada como um arremedo da música culta européia e, portanto, indigna de apreciação.

A Europa completada e organizada num estádio de civilização, campeia elementos estranhos pra se libertar de si mesma. (...) o que a Europa tira da gente são elementos de exposição universal: exotismo divertido. Na música, mesmo os

européus que visitam a gente perseveram nessa procura do exótico apimentado. (Ibid., p. 15).

Testemunha deste comportamento, Mário acrescenta que muitas vezes ouviu europeus aconselhando os artistas a fazer a verdadeira música nacional, na qual deveriam utilizar os elementos dos índios, que eram os legítimos brasileiros.

Outro momento na história da cultura brasileira, a ser ressaltado, foi o final da década de 1930 e durante toda a década de 1940, quando Carmen Miranda tornou-se um ícone do exotismo latino-americano ao fazer sucesso nos filmes de Hollywood. Vestida de baiana estilizada, Carmen cantava e dançava sensualmente canções do Brasil. Sua influência estendeu-se às grandes orquestras de jazz americanas e algumas passaram a incluir em seu repertório músicas latino-americanas, chegando mesmo a mudar suas performances e figurinos. O verbete *exotism* do *The New Grove Dictionary of Music* (2001) dá como exemplo de exotismo na música este efeito causado nas *big bands*:

O jazz encontrou o seu 'outro' favorito na música caribenha e brasileira; algumas vezes o efeito é exótico, mas superficial (como nos números das *big bands* dos anos 40 que se apresentavam com 'figurinos tropicais') [...] (SADIE, 2001, p. 461).

Este fenômeno, desencadeado por Carmen Miranda e pelo cinema hollywoodiano, chegou também à França. As orquestras francesas de Jacques Delian e Ray Ventura também incorporaram a música latino-americana em seus repertórios. Ray Ventura fez, inclusive, uma turnê no Brasil, em 1942, junto com Henri Salvador. A figura exótica de Carmen Miranda contribuiu para construir a representação do Brasil e da Bahia. Na pesquisa empírica, um dos entrevistados fez a mímica dos característicos movimentos de braços de Carmen Miranda ao falar da imagem exótica do Brasil.

A representação da música popular brasileira, calcada no exótico, só vai ser modificada, de certa forma, a partir do surgimento da bossa nova. Para o maestro Júlio Medaglia, este é o momento em que a música nacional deixa de ser enquadrada fundamentalmente nessa categoria para ser apreciada por outras qualidades. Em seu ensaio de 1966, para o livro *Balanço da bossa e outras bossas*, Medaglia considera que o salto qualitativo dado pela bossa nova - principalmente pela criação artística de João Gilberto que utilizou a tradição musical

do país dando-lhe um tratamento novo, tecnicamente evoluído. O novo gênero mudou os paradigmas existentes, tendo transformado a música brasileira em um verdadeiro produto de exportação.

Foi nesse exato momento também que ela impôs suas características e se distinguiu de todas as outras manifestações musicais latino-americanas. Enquanto o bolero, o chá-chá-chá e a música havaiana no EUA e na Europa Central e do Norte não ultrapassavam o interesse do exótico, atingindo a uma camada de músicos que tocam em festinhas escolares ou em boites à meia-luz, espécie de ópio ou masturbação espiritual para sugerir paraísos perdidos nos mares do sul. (MEDAGLIA, 1978, p.123).

Os artistas tropicalistas também irão adotar este posicionamento, ao procurar distanciar-se do exotismo e livrar-se da obrigação de fazer uma música nacional ligada às *raízes*. Caetano Veloso, no início do Tropicalismo, afirma seu desejo de retomar a linha evolutiva da música popular brasileira. Hermano Vianna em seu artigo “O exotismo nosso de cada dia” (VIANNA, 2004) reafirma o posicionamento de Caetano Veloso diante desta questão ao negar-se a folclorizar seu subdesenvolvimento.

A quebra de paradigma, iniciada com a bossa nova e retomada pelo Tropicalismo, é bem recebida na França. São justamente João Gilberto, Gilberto Gil e Caetano Veloso os artistas que, com maior frequência, apresentam-se nos mais prestigiados palcos da França (João Gilberto talvez não faça shows tão frequentemente, muito mais por vontade própria do que por vontade do público e dos produtores franceses). Praticamente todos os entrevistados, ao falarem sobre os gêneros musicais que consideram como brasileiros, citaram a bossa nova em primeiro lugar e o samba em segundo, quase sempre nesta ordem, o que nos leva a supor uma primazia do gênero no imaginário francês. Gilberto Gil e Caetano Veloso, também citados nesta ordem, são os artistas mais lembrados.

Podemos considerar, portanto, que co-existem hoje, na França, duas formas de apreciar a música produzida no Brasil. De um lado há um reconhecimento em relação à evolução das criações musicais, que as aproximam de uma universalidade contemporânea; por outro lado persiste uma atração pelo exotismo que a música e a imagem do Brasil ainda provocam no grande público francês. Este comportamento, como visto acima, deriva, em parte, da história colonialista, que tinha no estereótipo um eficaz discurso.

2.4 ESTEREÓTIPO

Na investigação sobre a imagem que o público francês tem da música brasileira, encontramos nos depoimentos dos entrevistados, tanto de forma literal como implícita, outro termo recorrente: clichê. A palavra clichê vem da indústria gráfica e significa “Chapa metálica onde é produzida por fototipia uma imagem destinada à impressão”, segundo o dicionário Caldas Aulete. O clichê está associado a outro conceito, o estereótipo, que também tem sua origem na indústria gráfica significando “Forma de impressão em que os caracteres estão fixos e estáveis”. Considerando os dois termos correspondentes, escolhemos trabalhar os conceitos teóricos a partir do termo estereótipo, em razão do mesmo ter sido usado em um número maior de estudos sociológicos.

Estereótipo, para os sociólogos, designa convicções preconcebidas acerca de classes de indivíduos, grupos ou objetos resultantes de julgamentos e expectativas que não foram fruto de observações sistemáticas, evidências, mas que se tornaram “verdade” por terem se repetido inúmeras vezes (SILVA, 1986). Porém, não se pode confundir estereótipo com preconceito, uma vez que é uma convicção que se apóia em algum cerne de verdade, constitui-se em uma elaboração de atributos do objeto:

Um estereótipo é uma convicção que não está alicerçada por uma hipótese apoiada na evidência, mas é antes confundida - no todo ou em parte - com um fato estabelecido. (SILVA, 1986, p.419).

A imagem estereotipada do Brasil, da música brasileira e da música baiana, que aparece nas falas dos entrevistados, apresenta-se associada à festa, ao carnaval e à sensualidade. Muitas vezes tais idéias estereotipadas são relativizadas, os entrevistados fazem ressalvas dizendo que estão se referindo à imagem feita pelo *grande público*, pouco conhecedor da realidade brasileira, ou fazem observações complementares sobre a diversidade da cultura e da música brasileira. Ou seja, raramente a imagem estereotipada do Brasil apareceu de maneira enfática e/ou preconceituosa. Porém, ao analisarmos o conjunto das respostas vemos que prevalece a idéia de uma música de festa, associada ao carnaval, à alegria, como na descrição de Olivier Delsalle:

Nas grandes categorias, tem aquilo que chamamos de música de carnaval, as primeiras, pode ser que seja um clichê, mas é o que chega mais rápido no espírito das pessoas que não conhecem bem a música brasileira, então a música de carnaval, a música festiva.

Marc Régnier, agente artístico especializado em artistas brasileiros, com ênfase na música produzida em Pernambuco, é o proprietário da agência *OutroBrasil* que, como o nome indica, tem como *missão* mostrar a diversidade da música brasileira, porém ao ser perguntado como descreveria as performances baianas responde: “A partir do momento que vejo uns negões pintados com os tambores enormes, batucando e dançando... isto é muito... tem pinta de baiano”. A imagem ilustra a gênese de um estereótipo. Sim, é verdade que, dentre as produções musicais baianas, os grupos de percussão, como a Timbalada, destacam-se por sua força performática. Porém, ao se tomar esta imagem como representação da música baiana e repeti-la várias vezes, acaba-se por *criar uma verdade* que não corresponde ao complexo e diversificado universo musical baiano. Esta operação vai ser descrita pelo teórico indo-inglês Homi Bhabha, como um processo de representação ambivalente, apoiado no conceito de fixidez, conotando rigidez e verdades imutáveis, e, que, ao mesmo tempo, precisa ser repetido “ansiosamente” inúmeras vezes para ganhar status de verdade. A repetição em excesso acaba por produzir um efeito de “verdade probabilística” que poderia ser provada empírica ou logicamente como, por exemplo, “a licenciosidade dos negros” ou o “comportamento dissimulado do asiático” (BHABHA, 1998).

O autor entende que o estudo da eficácia deste discurso ainda não foi suficientemente aprofundado por uma questão de conveniência política, uma vez que tal posicionamento coloca em cheque os modos deterministas e funcionalistas de entender a relação entre discurso e política. Bhabha critica o *juízo normatizante* do estereótipo que apenas condena as representações negativas ou positivas. Ele propõe ir além e analisar os processos de subjetivação que o tornaram possível e plausível, entender como foi construído um “regime de verdade” que se tornou um eficiente instrumento no exercício do poder colonial. Só assim será possível compreender a eficácia da ambivalência do estereótipo, um tipo de alteridade que é ao mesmo tempo objeto de desejo e escárnio.

Bhabha apóia-se em Foucault para analisar o estereótipo a partir do conceito de que o

discurso colonial é um aparato de poder que tem uma função estratégica de criar “povos sujeitos” através da produção de conhecimento que valoriza e, ao mesmo tempo, repudia as diferenças raciais/culturais e históricas.

O objetivo do discurso colonial é apresentar o colonizado como uma população de degenerados, com base na origem racial, de modo a justificar a conquista e estabelecer sistemas de administração e instrução. (BHABHA, 1998, p.111).

Para Foucault, o aparato de poder é o resultado de uma manipulação de forças entre o poder e o saber e responde a uma *necessidade urgente* em determinado momento histórico. Apesar das negociações internas existentes no exercício do colonialismo, necessárias para o sucesso e manutenção do mesmo, o discurso hegemônico apropria, dirige e domina as várias esferas de atividades das culturas sujeitas.

Entretanto, para Bhabha, essas operações são ainda insuficientes para explicar a produtividade do discurso da autoridade colonial. O autor sugere que se entenda o processo à luz da teoria freudiana e se considere o estereótipo como um modo fetichista de representação.

O fetichismo, como a recusa da diferença, é aquela cena repetitiva em torno do problema da castração. O reconhecimento da diferença – como pré-condição para a circulação da cadeia de ausência e presença no âmbito do simbólico – é recusado pela fixação em um objeto que mascara aquela diferença e restaura uma presença original. (BHABHA, 1998, p.116)

Tanto o fetiche como o estereótipo operam como uma forma de crença múltipla e contraditória quando reconhece e recusa, simultaneamente a diferença. O fetiche e o estereótipo envolvem o conflito entre prazer/desprazer, dominação/defesa, ausência/presença. Entendemos que as várias alusões feitas nas entrevistas à alegria, à espontaneidade e à sensualidade - sentimentos, geralmente, reprimidos entre os europeus – da música brasileira sugerem que há um caráter fetichista na imagem que os franceses fazem da mesma. Como disse Jean-Michel de Bie, um dos entrevistados: “O Brasil veicula clichês, etiquetas, que estão coladas na pele, são como a roupa, é a sensualidade, o prazer de tocar, o prazer imediato da música”.

Para tentar entender como se dão as representações da música brasileira na França, optamos por iniciar nosso estudo abordando alguns momentos das representações sobre a cultura brasileira, em geral, construídas ao longo da história de intercâmbios entre estes dois países. Não se trata de fazer uma reconstrução história e sim de ressaltar alguns exemplos em que estes pontos de interseção cultural contribuíram para a formação das imagens da música brasileira na França.

Estudamos os sentimentos ambivalentes de atração e repulsa experimentados pelos primeiros franceses que têm contato com o *lendário país do novo mundo*, durante as invasões francesas no século XVI, e o olhar romântico e *taxionômico* que os pintores franceses, participantes da Missão Francesa, lançaram sobre a sociedade brasileira do século XIX. Estas imagens foram acompanhadas dos relatos de visitantes franceses que passaram pelo país nesta época, onde já ouvimos ecos de indignação e revolta quanto às mazelas da escravatura e a matança dos índios. O movimento surrealista na França, surgido após a primeira guerra mundial, é um exemplo da mudança na forma do europeu relacionar-se com o *Outro*. A busca por alternativas ao modelo de civilização européia faz com que artistas e intelectuais voltem seus olhos para a África. Este movimento, iniciado pela vanguarda artística francesa, vai suscitar uma *onda* de interesse pela arte e cultura de origem africana, gerando um fenômeno que na França chamou-se *négrophilie*. A vanguarda européia também volta seus olhos para o Brasil. Em nosso estudo, elegemos relatar dois episódios que fazem parte deste momento histórico, tratando da presença no Brasil do escritor franco-suíço Blaise Cendrars e do compositor francês Darius Milhaud que, no início do século XX, estabeleceram relações com o país e com os artistas brasileiros, levando para a França imagens e impressões da cultura brasileira que acabaram por influenciar suas obras.

A seguir, analisamos a presença da música brasileira na França, a partir da segunda metade do século XX. O aspecto inovador e a qualidade artística da bossa nova provocaram uma mudança de paradigma em relação ao consumo e fruição da música brasileira no exterior. A França irá acolher muito bem este novo gênero musical, ocorrendo, inclusive, uma profícua parceria entre músicos brasileiros e franceses. O Tropicalismo, que seguiu a tendência evolutiva da música popular brasileira, iniciada pela bossa nova, também será bem recebido na França. Os tropicalistas Gilberto Gil e Caetano Veloso são os artistas brasileiros mais lembrados nas entrevistas – juntamente com João Gilberto – e têm público cativo nesse país.

Ao final do capítulo, apresentamos e analisamos dados pesquisados em publicações especializadas e na Internet, complementados com as informações fornecidas pela pesquisa empírica, sobre os espetáculos de música brasileira e baiana no contexto atual francês, no setor de *musique du monde*. Enfocamos o papel dos festivais internacionais de música, as tendências atuais do mercado e seus nichos de mercado, a presença da música baiana neste contexto e as ações institucionais realizadas para a promoção da atividade de exportação de música produzida no Brasil e, particularmente, na Bahia.

3.1 REPRESENTAÇÕES DO BRASIL NA FRANÇA

3.1.1 O lendário país do novo mundo

Antes mesmo da chegada dos franceses às terras brasileiras, o Brasil já habitava o imaginário francês, que sonhava com o paraíso lendário do “novo mundo” apenas descoberto por espanhóis e portugueses. Rabelais foi o primeiro autor francês a referir-se ao Brasil. Em uma passagem de seu livro *La vie inestimable du grand Gargantua, père de Pantagruel*¹³, editado em 1534, o Senhor Nausiclète, personagem do livro, fala dos navios vindos “das Ilhas das Pérolas dos Canibais (Brasil) carregados de lingotes de ouro, seda crua e pedras preciosas” (RABELAIS, 1534 apud CARELLI et al, 1987). É neste livro que aparece pela primeira vez a palavra *exotique*.

Nicolas Durand de Villegagnon invade o Rio de Janeiro e funda na Baía da Guanabara a França Antártica. A permanência dos franceses no Rio de Janeiro dura 3 anos e o contato com este “novo mundo” despertou sentimentos ambivalentes, naturais de quem se depara com o *Outro*, o desconhecido. O medo e a repulsa misturavam-se à atração pela lenda do paraíso terrestre, antes do pecado original. Foram os mesmos sentimentos do rei Henri II que, em 1550, ofereceu aos habitantes de Rouen uma exibição dos *vrais sauvages*, encenando uma tribo de 300 índios, todos nus, vivendo em uma reconstituição da floresta virgem. Na verdade apenas 50 índios eram verdadeiros, os outros eram marinheiros imitando os gestos dos indígenas. Podemos dizer que este foi o primeiro “espetáculo” brasileiro apresentado na França. A apresentação fez tanto sucesso que os “verdadeiros selvagens” foram apresentados novamente em Troyes, em 1564, e em Bordeaux, em 1565.

¹³ A vida inestimável de Gargântua, pai de Pantagruel.

A invasão do Brasil pelos franceses também gerou relatos de viagem. Jean de Léry é autor de *Histoire d'un voyage fait en la terre de Brésil*,¹⁴ em 1578, resultado de um ano de observação dos “tououpinambaouls” e dos “toupinenkins”. O calvinista Léry se perguntava como os índios poderiam viver felizes, sem os vícios dos cristãos, se eles estavam longe do Criador (CARELLI et al, 1987).

Após a assinatura do tratado de paz com a França, em 1815, o Rei D. João VI trouxe ao Brasil uma missão de artistas franceses constituída por Joachim Lebreton, pelos pintores Nicolas-Antoine Taunay e Jean-Baptiste Debret, pelos escultores Auguste Taunay, Marc e Zéphyrin Ferrez e pelo arquiteto Grandjean de Montigny. O grupo de artistas tinha como missão fundar a Academia de Belas-Artes nos trópicos, inaugurada em 1826. Estes artistas foram muito importantes na formação da tradição pictórica da arte brasileira; suas obras retrataram paisagens, fauna e flora, personagens e fatos sociais da época, e são testemunhos históricos do olhar estrangeiro sobre o Brasil. Voltando à França alguns dos integrantes da chamada Missão Francesa divulgaram suas impressões a respeito do país visitado.

Debret publica *Voyage pittoresque et historique au Brésil ou Séjour d'un artiste français au Brésil depuis 1816 jusqu'en 1831 inclusivement*¹⁵ (1834-1839), três álbuns com gravuras aquareladas feitas no Brasil. O artista não se contentou em retratar apenas a família real e sua corte, registrou também a paisagem e a vida do Rio de Janeiro com seus escravos, artesãos, cortejos e procissões, viajou pelo interior do país e lançou um olhar, quase taxonomista, sobre a flora e a fauna, assim como sobre os índios e os negros. As gravuras são complementadas por relatos do próprio Debret, que busca retratar não apenas o exotismo e curiosidades da história natural, mas vai além, descrevendo a formação do povo brasileiro sua religião, cultura e costumes. Considerado um pintor neoclássico, Debret, em seu texto, reflete traços do romantismo, demonstrando simpatia por este “peuple encore en enfance”¹⁶ e se detém na descrição da escravatura:

Tudo pesa, no Brasil, sobre o escravo negro: na roça, ele rega as plantações do dono da fazenda com seu suor; na cidade, o comerciante o faz carregar fardos pesados... Mas é sempre mediocrementemente alimentado e maltratado, se ele adquire por vezes os vícios de nossos empregados domésticos, se expõe a um castigo público revoltante para um europeu

¹⁴ “História de uma viagem feita na terra do Brasil” (tradução nossa).

¹⁵ “Viagem pitoresca e histórica ao Brasil ou estadia de um artista francês desde 1816 até 1831 inclusive” (tradução nossa).

¹⁶ Povo ainda em sua infância (tradução nossa).

[...] (DEBRET, 1834 apud CARELLI et al, 1987, p.133).

Outro pintor, H. Taunay, filho de Nicolas-Antoine Taunay, ilustra as páginas de uma obra de seis volumes, *Le Brésil ou Histoire et moeurs, usages et coutumes des habitants de ce royaume*,¹⁷ publicada por Ferdinand Denis, na França, entre 1821 e 1822. Este livro, que detalha a vida colonial brasileira, denuncia o massacre de centenas de nações indígenas vivendo ainda em “estado de inocência”, comandado pelo europeu em busca das riquezas da terra. Ferdinand Denis viveu em Salvador entre 1816 e 1820. De retorno à França, foi o responsável por diversas publicações sobre o país e é considerado o iniciador dos estudos brasileiros naquele país. Sua descrição sobre a presença africana em Salvador é mais uma contribuição para a construção da imagem étnica da Bahia no exterior, ao ressaltar a importância do papel da música na vida dos negros da cidade.

[...] Eu vi algumas vezes homens vergados pelo peso da servidão, encontrar uma espécie de liberdade através de seus cantos. Os escravos não fazem nada sem cantar, aqueles que carregam os fardos regulam seus passos na medida em que repetem um canto monótono e lento ao qual se juntam às vezes canções cujas letras são quase sempre improvisadas.”(DENIS apud CARELLI et al, 1987, p. 138) (tradução nossa).

Ainda na Bahia, ao observar um negro tocando um instrumento rudimentar, Denis descreve:

Todas as pessoas do bairro vêm escutar nosso músico cantando letras doces em sua língua. Pouco a pouco ele revira os olhos com uma expressão singular. O entusiasmo mais delirante se reflete em toda sua fisionomia e, se ele continua seus cantos, ninguém pode resistir aos charmes potentes da harmonia: as pessoas se aproximam, se voltam para ele imitando seus gestos, lhe respondem com letras entrecortadas e pelo som de diversos instrumentos. Então a embriaguez atinge seu auge e não se pode exprimir o prazer, as palavras são insuficientes. Um europeu não entende muito isto tudo, nem pode mesmo adivinhar o motivo que comove extraordinariamente cinco ou seis pessoas e, entretanto, ele não é insensível a um espetáculo que não tem nada de ridículo”. (Ibid., p.139) (tradução nossa).

Pode-se perceber no texto que, apesar do caráter amador e cotidiano da cena descrita, o autor não hesita em considerá-la como uma expressão artística demonstrando que o estranhamento não implica o desrespeito ao *Outro*. Esta relação de respeito, aliada a um sentimento de indignação e de solidariedade, diante do tratamento dado aos índios e negros, registrado pelo

¹⁷ “O Brasil ou história e hábitos, usos e costumes dos habitantes deste reinado” (tradução nossa).

iniciador dos estudos brasileiros na França, já é um prenúncio das idéias defendidas por um movimento de vanguarda, o Surrealismo Etnográfico, que irá ganhar força na França, no início do século XX.

3.1.2 *Négrophilie*

O fim da Primeira Guerra Mundial provoca uma mudança na forma dos franceses relacionarem-se com o *Outro*. Os artistas franceses, que passaram pelos horrores da guerra e viveram a barbárie, perceberam o esgotamento do modelo da civilização europeia, concluindo que “o mundo se tornava permanentemente surrealista” (CLIFFORD, 2002, p.135). Conseqüentemente, estes artistas da vanguarda parisiense passaram a olhar para a África (e, em menor grau, para a Oceania e a América) como uma possibilidade de novas formas de viver e de novas crenças. Os *Outros* surgiram como alternativas sérias de organização social, tornando possível o moderno relativismo cultural. O Surrealismo Etnográfico considerava que as sociedades “primitivas” podiam ser usadas como fontes técnicas, cosmológicas e científicas e, assim, artistas e escritores de vanguarda foram em busca destas fontes.

Um novo olhar, inicialmente concentrado na vanguarda artística francesa, contamina Paris, considerada a capital cultural do mundo na época, fazendo com que a cidade seja tomada por espetáculos de artistas negros de todas as partes do mundo. O fenômeno recebe na França o nome de *négrophilie*:

Paris, 1925: a Revue Nègre faz grande sucesso em sua temporada no Théâtre des Champs-Élysées, seguindo os passos da Southern Syncopated Orchestra de W.H. Wellmon. Os spirituals e o jazz arrebatam a burguesia de vanguarda, que toma de assalto os bares dos negros, vibra com os novos ritmos em busca de algo primitivo, selvagem e completamente moderno. A Paris da moda é levada pelo som pulsante dos banjos e pela sensual Josephine Baker [...] (Ibid., p.138).

É em 1922, nesta cena de efervescência da *négrophilie*, que a França volta seus olhos também para o Brasil. O bailarino brasileiro Duque, radicado na França, convida Pixinguinha e Donga, com seu grupo Oito Batutas para apresentarem-se no clube Schéhérazade, em Paris. A permanência do grupo, que tinha sido planejada para três semanas, estende-se por seis meses, obtendo sucesso em Paris (MENEZES BASTOS, 2005). O jornalista francês Rémy Kolpa

Kopoul especula, na entrevista empírica, que, se o grupo de Pixinguinha tivesse permanecido em Paris, talvez o choro alcançasse a notoriedade internacional do tango, mas acrescenta que a curta temporada dos Oito Batutas, não consolidou a presença desta música na França, tanto em termos de atingir o imaginário do público como em relação aos registros na imprensa.

3.1.3 Blaise Cendrars e Darius Milhaud no Brasil

O período marca também o início do modernismo brasileiro, quando artistas e intelectuais brasileiros encontravam-se engajados em um projeto de construção da identidade brasileira. Muitos dos modernistas brasileiros, como Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral, buscaram inspiração na vanguarda parisiense para a concretização desse projeto. Oswald de Andrade, no *Manifesto pau-brasil*, deseja “conciliar a cultura nativa com a cultura intelectual renovada”, ratificando a miscigenação étnica brasileira e combatendo, ao mesmo tempo, o exotismo da cultura nativa. Os modernistas defendem a *antropofagia* na cultura e na arte feita no Brasil, com o argumento de que as culturas estrangeiras não devem simplesmente ser assimiladas, mas digeridas e reconstruídas a partir de uma leitura nacional.

Neste cenário de fermentação da idéia da construção de uma identidade nacional, chega ao Brasil, em 1924, Blaise Cendrars. O poeta suíço-francês, um dos grandes nomes da vanguarda parisiense, foi o responsável pela edição na França, em 1921, da *Antologia Negra*, na qual reuniu mitos e lendas de todas as etnias africanas juntamente com poemas e contos de escritores modernos africanos. Ou seja, antes de voltar-se para as “coisas brasileiras”, Cendrars já se interessava pelas “coisas negras em geral”(CENDRARS apud VIANNA, 1995), posição que corresponde ao fenômeno da *négrophilie*, vivenciado na França naquele momento.

Gilberto Freyre, um dos intelectuais mais atuantes na construção da identidade nacional, em artigo publicado no *Diário de Pernambuco*, em 19/09/1926, intitulado “Acerca da Valorização do Negro”, falava do movimento que acontecia no Rio de Janeiro e apontava como uma das causas de tal valorização a “influência de Blaise Cendrars, que vem agora passar no Rio todos os carnavais” (FREYRE apud VIANNA, 1995).

A primeira viagem de Cendrars ao Brasil, em 1924, aconteceu a convite de Paulo Silva Prado,

seguindo uma sugestão de Oswald de Andrade. O poeta foi recebido no porto do Rio de Janeiro por Graça Aranha, Ronald de Carvalho, Prudente de Moraes, Sérgio Buarque de Holanda, entre outros. Seu batismo brasileiro foi um almoço com comida afro-brasileira em um boteco do porto.

Movido pelo interesse em conhecer a cultura e o povo brasileiro, Cendrars faz incursões, sozinho, ao temido morro da Favela (contra as recomendações do prefeito da cidade), encontra-se com tipos populares e com músicos cariocas, como Donga. Os dois artistas tinham um amigo em comum, o compositor Darius Milhaud. A obra de Cendrars ficou marcada pelo contato com o Brasil, como em *Feuilles de Route: le Formose*¹⁸, editado em 1924, livro de poemas ilustrado por Tarsila do Amaral, descrito pelo poeta como “cartões postais destinados aos amigos” (AZEVEDO; CRUZ; EULÁLIO, 1969, p.19) onde relata episódios e impressões de sua primeira viagem ao Brasil.

Vianna considera que o movimento modernista divide-se em dois momentos, um inicial, de ruptura com o passadismo e de absorção das conquistas das vanguardas européias e um segundo momento, iniciado em 1924, quando se adota como prioridade a construção da cultura nacional. Para o autor, Blaise Cendrars agiu como um “cristalizador e catalisador” de tendências latentes nos intelectuais e artistas modernos brasileiros, que talvez não se dessem conta do desejo de valorização da cultura nacional que já existia entre eles. Oswald de Andrade dedicou seu livro de poemas *Pau-Brasil* “a Blaise Cendrars por ocasião da descoberta do Brasil”, fazendo referência à viagem a Minas Gerais, com um grupo de artistas modernistas, organizada pelo poeta francês. A influência de Cendrars também sofreu críticas dos artistas brasileiros. Mário de Andrade, com dissemos anteriormente, será um dos intelectuais a condenar a valorização do nacional como “‘puerilidade’ do exotismo, descrito como a ‘falsificação da entidade brasileira’ realizada por modernos locais que sucumbiram à ‘opinião do europeu’”. (ANDRADE, 1962 *apud* VIANNA, 1995).

A experiência do compositor francês Darius Milhaud, amigo de Cendrars, revela como a música brasileira fascina e intriga o visitante estrangeiro. Milhaud, também considerado por Vianna como “mais um mediador internacional na história da transformação do samba em música nacional brasileira”, morou no Rio de Janeiro, entre 1914 e 1918. Secretário particular do poeta Paul Claudel, embaixador da França no Brasil, Milhaud tornou-se amigo de Villa-

¹⁸ Diário de Viagem: A Formosa.

Lobos, que o levou para “macumbas” e choros. O músico francês encantou-se com a música carnavalesca (VIANNA, 1995).

Eu cheguei ao Rio em pleno carnaval e senti profundamente o vento e a loucura que se espalhava sobre toda a cidade [...] Os ritmos desta música me intrigavam e me fascinavam. Havia nesta síncope uma imperceptível suspensão, uma respiração despreocupada, uma pausa breve que era difícil de apreender. Eu compreí, então, uma quantidade de maxixes e tangos; eu me esforçava para tocá-los com suas síncopes que passavam de uma mão à outra. Meus esforços foram recompensados e eu pude enfim exprimir e analisar este “pequeno nada” tão tipicamente brasileiro (MILHAUD apud CARELLI et al, 1987, p. 153).

De volta a seu país, Milhaud compôs várias músicas sob a influência da música brasileira. Juntamente com o bailarino Nijinski e Paul Claudel, Milhaud criou o balé *L'Homme et son désir*, um pequeno drama ambientado na floresta brasileira. Milhaud utilizou temas brasileiros, o que gerou e gera ainda a polêmica sobre a possibilidade de esses “temas” serem, na verdade, plágios, como *Le Boeuf sur le toit* (1920), inspirado em *O Boi no Telhado*, de Zé Boiadeiro, uma das músicas que Milhaud incluiu na trilha sonora de um espetáculo de Jean Cocteau. Compôs também, já nos Estados Unidos, as três *Danses de Jacaremim* (1945). Os títulos *Chorinho*, *Tanguinho* e *Sambinha* atestam a influência que a música popular brasileira exerceu por longo tempo em sua criação. Este intercâmbio entre a cultura brasileira e francesa é descrito assim por Vianna :

Como se vê, a cultura popular brasileira, entre os anos 10 e 30 atravessou o Atlântico várias vezes, sendo apropriada pelos franceses de inusitadas maneiras, num fenômeno típico de transculturação [...] que gerou muitas redefinições de identidade para vários grupos sociais, tanto na Europa quanto no Brasil. (VIANNA, 1995, p.104).

3.2 NOVOS ANDAMENTOS

3.2.1 Bossa Nova na França

A bossa nova foi o primeiro gênero musical a ser citado como referência da música do Brasil por quase todos os entrevistados na pesquisa empírica. Para eles, esta música ainda é a preferência do grande público francês, como afirmou, na entrevista empírica, Jean-Paul de Boutellier, diretor do Festival Jazz à Vienne:

[...] a música brasileira, aos olhos do público francês, é muito ligada à bossa nova [...] A

música de Jobim e de todos os outros músicos da época, como João Gilberto, é a música mais popular ligada ao Brasil. Depois vieram músicos do Nordeste como Gilberto Gil etc, mas a primeira música brasileira, que vem sempre à cabeça dos franceses, é a bossa nova.

A música brasileira desperta o interesse dos franceses desde o século XIX, entretanto ela não era totalmente individualizada de outras músicas produzidas na América Latina, misturadas todas em um “caldeirão”. O samba, por exemplo, era confundido com as músicas caribenhas; Carmen Miranda cantava músicas brasileiras vestida de baiana estilizada, acompanhada por tocadores de *maracas* cubanas. Desde o início de sua carreira internacional, o propósito da cantora era representar os latinos de maneira geral, não apenas o Brasil, o que contribuiu para compor uma imagem unitária das músicas produzidas do *México para baixo*. A bossa nova foi o primeiro gênero musical a se consolidar no imaginário francês como proveniente do Brasil. Existem algumas explicações para a ocorrência do fenômeno na França: a primeira delas é a aceitação de uma proposta inovadora de se fazer música popular de qualidade integrada, de forma harmoniosa, a elementos do jazz e da música erudita. A segunda explicação, derivada da primeira, é a paixão que a BN despertou nos músicos franceses, que se envolveram de tal forma com ela a ponto de empreenderem viagens ao Brasil, aqui realizarem parcerias musicais e, principalmente, difundirem não só a BN, mas também outros gêneros musicais brasileiros para o grande público francês.

Trata-se de um fato surpreendente quando pensamos na barreira lingüística entre os dois países, e, mesmo assim, a França encantou-se com esta nova música.

De todos os países do mundo onde a onda da bossa nova pôde chegar, parece que a França e a Itália foram os países que melhor a acolheram. O acolhimento mais caloroso e mais passional. (DELFINO, 1998, p. 18).

Jean-Paul Delfino, autor do livro *Brasil bossa nova*, considera a relação dos franceses com a bossa nova mais uma questão de amor e fascinação do que de marketing, diferentemente da abordagem dos produtores americanos, que viram no surgimento do novo gênero uma oportunidade de movimentar a indústria fonográfica norte-americana e obter alta rentabilidade.

Tais representações sobre a bossa nova contrariam um prognóstico do maestro Júlio

Medaglia, que, em 1966, fazia uma análise pouco otimista a respeito da recepção da bossa nova na Europa, em um ensaio publicado no livro *Balanço da Bossa e outras bossas* (1978):

[...]Lá (na Europa) ela se tornou realmente conhecida e executada após seu sucesso nos Estados Unidos. E se lá chegou por vias indiretas, outras razões contribuiriam para que fosse mal executada e compreendida. Ou seja, no cansado continente europeu não existem condições para que ela seja assimilada integralmente, ou se torne popular como no Brasil e nos Estados Unidos. Da mesma forma que o melhor e mais avançado jazz é apresentado na Europa em teatros, como se fosse música clássica, ou em círculos reduzidos e fechados [...], a BN, uma música camerística e refinada, ficaria à margem dos interesses populares. (MEDAGLIA, 1978, p. 105)

O prognóstico de Medaglia demonstrava temor em relação à prevalência, na Europa, do modelo de performance dos *Beatles*, que, naquele momento, experimentavam um estrondoso sucesso. Para Medaglia, essas performances eram “manifestações musicais que se baseiam no estardalhaço, no grito, nas letras, nas melodias, nas harmonias e nos ritmos mais primitivos” (ibid., p. 105). É interessante notar o lugar reservado, pelo maestro, para a BN: uma música para ser fruída em ambientes restritos e sofisticados. Entretanto, ele faz uma ressalva para a aceitação da BN na França, dizendo que lá ela foi mais bem ouvida, dado o caráter intimista de seu povo, e confirma a admiração dos franceses por João Gilberto e a difusão de sua música na, então, Rádio Difusão Francesa.

3.2.1.1 Bossa Nova

O lançamento, em 1958, de um disco de 78 rotações com a música *Chega de Saudade*, de Tom Jobim e Vinicius de Moraes, interpretada por João Gilberto, marca oficialmente o surgimento da bossa nova. Porém, o musicólogo Rocha Brito (1978), em estudo pioneiro, considera que, já em 1955, Tom Jobim antecipava algumas características do novo gênero quando compôs, em parceria com Billy Blanco, *Hino ao Sol*.

Antes disso, Rocha Brito identifica Dick Farney, Lúcio Alves e o conjunto vocal Os Cariocas como percussores da bossa nova, pois eram artistas que já adotavam, no início dos anos 1950, uma nova forma de interpretação, influenciados pela música norte-americana, notadamente o *be-bop*, o *cool jazz* e as interpretações de Frank Sinatra. A novidade nestas interpretações era

a ausência dos contrastes entre sussurros e gritos, a falta de paroxismos, comuns nas interpretações anteriores mais próximas do canto lírico. O estudioso citado não considera, porém, tais procedimentos como bossa nova porque não havia ainda o propósito de integração à música popular brasileira, prevalecendo a influência da música norte-americana. Rocha Brito também não cita o cantor Mário Reis entre os percussores da BN, porém João Gilberto confessa a influência do mesmo na sua forma de cantar. Mário Reis, já nos anos 1930, diferentemente dos outros intérpretes da época, cantava de maneira sutil, com pouca extensão de voz.

O primeiro músico a integrar a técnica do jazz moderno ao repertório musical brasileiro foi o cantor, compositor e pianista Johnny Alf. O disco *Johnny Alf*, lançado em 1955, com as músicas *Rapaz de Bem* e *O Tempo e o Vento* é apontado por alguns críticos como bossa nova. Muitos músicos, entre eles Tom Jobim, irão apontar Johnny Alf como “pai” da BN.

Antonio Carlos Jobim é considerado por Rocha Brito como “o teórico e o animador” do movimento formado por cantores, compositores e instrumentistas que se propunham renovar o repertório da música popular brasileira. Será, porém, João Gilberto, no entender do mesmo musicólogo, “o que melhor tipifica a concepção da bossa nova” (ROCHA BRITO, 1978, p.37).

Deve-se a João Gilberto o surgimento e, principalmente, a consolidação da bossa nova. O artista será aclamado por sua genialidade, na integralidade de sua arte, tanto na técnica desenvolvida no violão como no canto.

João Gilberto, que surgiu em 1958 em nosso cenário musical, cantando e tocando violão, conseguindo no instrumento efeitos nunca antes ouvidos quer em *jazz*, ou qualquer outra música regional, quer em nosso populário. A introdução do uso de acordes compactos, de elevada tensão harmônica, a marcação dos *beats*, em defasamento etc., se devem a ele e fizeram escola (ROCHA BRITO, 1978, p. 34).

O “baiano bossa nova”, na expressão de Tom Jobim, é considerado por Júlio Medaglia, Rocha Brito e tantos outros críticos musicais como um dos maiores fenômenos já ocorridos no campo da música popular brasileira. O violonista, compositor e co-arranjador criou um estilo pessoal de cantar, com discrição, sutileza e rigor, cujo ineditismo e originalidade despertaram

inúmeras polêmicas na época sobre se *aquilo* era música ou não era música, se ele era cantor ou não, se era brasileira ou não. Entretanto, o estranhamento inicial não impediu que a criação artística fosse acolhida pelo público do Brasil:

Apesar de todos esses aspectos estranhos, a sensibilidade musical popular brasileira, mais uma vez, dera prova de sua aguda perspicácia, identificando, nesse estranho intérprete, algo de muito especial, consumindo esse LP (*Chega de Saudade*¹⁹) em grande escala. (MEDAGLIA, op. cit., p. 74)

A bossa nova adotou, conscientemente, procedimentos que caracterizaram uma nova proposição estética. Vamos enumerar alguns deles, sem entrar em detalhes técnico-musicais, dando ênfase às novas concepções e à integração entre diferentes categorias e gêneros musicais e, principalmente, ao novo enfoque dado à música popular.

Na tradição musical brasileira, a melodia tinha prevalência em relação aos outros elementos que compõem a música. A bossa nova quebra esta tradição ao buscar uma equivalência entre melodia, ritmo, harmonia e contraponto, sem que nenhum destes elementos se destaque em relação aos demais. Acontece, também, uma mudança em relação ao papel do intérprete vocal que passa a integrar-se à música, faz parte do conjunto, quase como mais um instrumento, ele não está mais “na frente” em relação aos outros componentes.

Ainda quanto à interpretação vocal, a tradição na música popular até então era aproximar-se do canto lírico, com recursos arrebatadores e grandiloquentes, uma dinâmica baseada em contrastes, variando entre sussurros e agudos fortíssimos, usando muitas vezes o *vibrato*. Os cantores da BN cantam quase como se estivessem falando, aproveitando-se do aprimoramento tecnológico do microfone. Esse procedimento também vai ser adotado nas orquestrações, nas quais os diferentes naipes da orquestra não se sobressaem uns aos outros.

Outra característica específica da bossa nova foi a integração entre as diferentes músicas, o jazz, a música erudita e a música popular brasileira, e foi justamente a mistura harmônica que conferiu um caráter universal à BN. Destacamos, particularmente, a valorização da música popular brasileira, o profundo respeito aos músicos do passado como Noel Rosa, Pixinguinha, Assis Valente, Ari Barroso, Dorival Caymmi, entre tantos outros, estudados e homenageados.

¹⁹ O LP *Chega de Saudade* foi lançado pela Odeon em março de 1959.

Como dissemos acima, não entraremos nos detalhes técnicos que marcaram a BN como uma evolução da forma musical, entretanto não podemos deixar de mencionar o aprimoramento das técnicas de interpretação de violão, piano e vocal, que a identificam.

Não é de surpreender que, diante deste conjunto de qualidades, a BN tenha alcançado um reconhecimento planetário. Sua carreira internacional foi iniciada nos Estados Unidos, no histórico *Festival Bossa Nova* no *Carnegie Hall*, em Nova York, em 1962, com João Gilberto e Tom Jobim à frente de um grupo de artistas brasileiros: Agostinho dos Santos, Carmen Costa, José Paulo, Luis Bonfá, Carlos Lira, Sérgio Mendes, Milton Banana, Chico Feitosa e Roberto Menescal. A França, país considerado como amante do jazz e tradicional acolhedora da música brasileira, irá encontrar na bossa nova uma nova paixão.

3.2.1.2 Uma paixão francesa²⁰

Parte do sucesso da bossa nova na França deve-se às parcerias que aconteceram entre músicos franceses e brasileiros. Pierre Barouh foi um dos primeiros artistas franceses a conhecê-la e divulgá-la. Autor da trilha sonora do filme *Um Homem, Uma Mulher*, de Claude Lelouch, lançado em 1966, Barouh incluiu *Samba Saravah*, uma versão do *Samba da Bênção* (1962), de Vinícius de Moraes e Baden Powell. Segundo o próprio Barouh, “entre as 5 ou 6 músicas do filme (entre as quais a música *Um Homem, Uma Mulher* mais conhecida como *Cha-ba-da-ba-dá*), *Samba da Bênção* foi um sucesso enorme, com grande repercussão” (BAROUH apud DELFINO, 1988, p.131)²¹. *Saravah* será também o nome de um selo e uma editora fundados pelo músico francês, existentes até hoje.

Barouh conta que foi o artista brasileiro Sivuca que lhe apresentou o disco *Chega de Saudade*, de João Gilberto, em Portugal. Segundo o músico francês, a audição do disco foi uma das mais fortes emoções que teve em sua vida e o levou a viajar de navio até o Brasil para encontrar os criadores dessa música: “[...] eu fiquei louco pelo Brasil. O Brasil e sua música começaram a invadir a minha cabeça.”(Ibid., p. 130). Barouh não consegue encontrar os

²⁰ Título extraído do artigo *Bossa Nova, uma paixão francesa* de Bruno Lesprit, publicado no jornal francês *Le Monde*, em 10/07/2005.

²¹ Lamentavelmente a inclusão de *Samba da Bênção* na trilha do filme foi acompanhada de um gafe histórica: não colocaram o nome dos autores da música nos créditos do filme na cópia apresentada na *avant-première*, em Cannes, (na qual estava presente Vinícius de Moraes), antes da abertura do festival. “Vinícius de Moraes nunca me perdoou”, declarou Pierre Barouh (FRELAND, 2005)

músicos brasileiros no Rio, mas, voltando à França, acaba por encontrar Vinícius de Moraes e Baden Powell em uma festa em Paris, “eu tinha feito 9000 Km por nada” (ibid., p. 131). E será justamente na casa de Baden Powell, no Rio de Janeiro, que Barouh irá gravar *Samba Saravah*. O sucesso da música vai causar comoções no mundo inteiro “de Montreal a São Francisco, passando por Paris e Tóquio, eu encontrei pessoas que mudaram suas vidas depois desta música”. “Pessoas que deixaram de trabalhar e viajaram para o Brasil”, acrescenta Barouh (ibid., p. 131) (tradução nossa).

Georges Moustaki, músico egípcio radicado na França, conheceu a bossa nova por intermédio de Pierre Barouh e também se apaixonou: “Pierre Barrouh chegou com um disco de João Gilberto, *Chega de Saudade*, e eu fiquei fascinado. Eu não compreendia como ele conseguia colocar tudo aquilo junto, aqueles acordes, aquelas harmonias tudo ao mesmo tempo.” (MOUSTAKI apud DELFINO, 1988, p. 133). Moustaki já tinha interesse em conhecer o Brasil depois da leitura de *Mar Morto*, de Jorge Amado, livro que declara ter apreciado como um “prato exótico bem apimentado”, mas foi a bossa nova que transformou o interesse em paixão. A relação de Moustaki com a música brasileira, iniciada na década de 1960, dura até nossos dias. O músico, hoje com 74 anos, lançou, em 2006, o CD *Vagabond*, gravado em grande parte no Rio de Janeiro, com Francis Hime como produtor e diretor musical. O disco presta uma homenagem a Tom Jobim e tem uma das faixas intitulada *Bahia*.

A percepção de que o Brasil é um país musical, que muitos entrevistados ressaltaram na pesquisa empírica, também é descrita por Georges Moustaki:

[...] o Brasil é música. Então, até quando os brasileiros buzinam, é sempre dentro de um ritmo. Quando eles batem o carro, têm ritmo. A modulação da voz deles, para lhe dizer uma frase, já é um desenho melódico. A música está na pele deles. (Ibid., p. 133) (Tradução nossa).

Para o músico, a bossa nova e o desenvolvimento subsequente da música brasileira também se explicam dentro de um contexto político; a bossa nova tinha surgido durante um período de democracia e crescimento econômico no Brasil e permitiu que, nos vinte anos seguintes, se sonhasse com música, “coluna vertebral do Brasil”, segundo ele.

Entre as duas ditaduras os brasileiros fizeram um intervalo de voluptuosidade. E é disso que eu gosto na bossa nova, a preguiça. A sensualidade, o claro-escuro. Ela está entre o sol

a pino e o começo da noite. Ela não explode. O intérprete nunca grita. Ele murmura, ele não fica na frente da música. Com a música ele é pleno, na euforia e no bem estar, tem também um lado amoroso, que leva à nostalgia. Em uma palavra, a bossa nova desliza. É a música africana misturada com o classicismo europeu e o jazz. É uma espécie de síntese um pouco sofisticada, uma dosagem inesperada entre estes componentes que provocam a sensualidade. (ibid., p. 133) (tradução nossa).

A colaboração de Moustaki com os músicos brasileiros o levou, por exemplo, a fazer a versão para o francês de *Águas de Março*, a pedido de Tom Jobim. O músico passou quatro dias “seqüestrado” por Jobim, que se preocupava com a qualidade da versão e a boa recepção de sua música na França. Para o músico francês essa preocupação tinha uma razão: “A França, para o Brasil, é a terra da consagração”.

A Bahia também está presente nas recordações de Moustaki na visita que fez à casa de Vinícius de Moraes, em Salvador. O músico admira-se com uma outra forma de se relacionar com a vida, com o trabalho e com a música:

Tem uma bela imagem que eu guardo, foi quando eu vi Vinícius de Moraes ensaiando na sua casa, na beira do mar. Eu estava na casa dele, muito simples, que ele tinha alugado. Eu cheguei atravessei a casa e eles estavam lá na areia, fumando, tocando, bebendo, rindo. E era esse o trabalho deles. Por que é assim que vêm a música. Eles não tinham nenhuma organização e, entretanto, tudo se encaixava. À noite, nós íamos ao show e tudo dava certo, tudo nadava na felicidade” (Ibid., p. 134) (Tradução nossa).

Pierre Barouh também irá introduzir Claude Nougaro no universo da BN e o apresentará a Baden Powell, em 1964. “A bossa nova é para mim um verdadeiro movimento musical cuja a importância e a força podem ser comparadas ao movimento surrealista francês.” (NOUGARO apud DELFINO, 1988, p.135), diz Nougaro, que não tinha idéia que uma música popular poderia ter tal qualidade artística, uma vez que estava acostumado a associá-la, na França, a uma “caricatura da opereta vulgar francesa”. Novamente, vamos encontrar outro relato apaixonado:

Ela corresponde certamente a uma coisa vital. É um alimento para a alma que podemos utilizar cotidianamente. Está em todos os lugares. O ritmo está em todos os lugares. O Brasil é um amálgama étnico e rítmico reunido. Os grandes ritmos africanos do samba encontraram nela um espaço musical e religioso latino. O que é importante é que ela emana realmente do povo. Um tipo de voz profunda que se enraíza em uma realidade étnica muito

forte: amálgama do latino, do negro e do índio. (ibid., p. 136) (Tradução nossa).

Nougaro é o responsável pela versão de *Berimbau*, música de Baden Powell que recebeu o nome de *Bidonville (Favela)*, evocando a miséria universal, uma abordagem política não encontrada nas músicas da BN, mas que estava em consonância com o ano em que a versão foi realizada na França, 1968. Fará também re-criações para *O que será (À flor da terra)* de Chico Buarque e Milton Nascimento e *Viramundo*, de Gilberto Gil e Capinan, ambas de forte conteúdo político, escritas durante a ditadura militar. Entretanto, Nougaro irá além da abordagem política ao descrever seu processo criativo na interação com a música brasileira:

Eu escrevi as letras de *standards* brasileiros, como *Berimbau*, de Powell e Vinícius de Moraes. [...] Este instrumento, berimbau, é um instrumento pobre, miserável. Eu o ouvi como se minhas orelhas tivessem um olhar. É uma música que escuto com os olhos. Eu pinto sobre esta música. Eu pinto sobre estas paisagens interiores, sobre a potencialidade evocadora e mágica, metafórica desta música. Eu pinto minha união carnal e erótica sobre a sensualidade destes ritmos, sobre a sensualidade vocal, sobre sua doçura e seu lirismo pudico. (ibid., p.137) (tradução nossa).

O artista francês faz a inevitável comparação entre a cultura europeia e a cultura brasileira: “Adoro a dança, é o todo o corpo que fala, que se exprime. Não é uma música unicamente mental ou intelectual, como na França [...]”, e lembra-se das imagens da Bahia, na temporada de um mês que passou “em um bairro antigo chamado Pelourinho, um bairro cheio de igrejas barrocas e de putas clássicas (risos). Eu flanava em todos os lugares guiado por um negão, bizarro.” (ibid., p. 137).

Segundo Bruno Lesprit, em artigo para o *Le Monde* publicado em 2005, após o sucesso das iniciativas de Barouh e Moustaki, surge uma verdadeira onda: vários outros artistas franceses irão gravar as músicas brasileiras entre os anos 1960 e 1970, como Marcel Zanini e Brigitte Bardot, interpretando *Tu veux ou tu veux pas* (1970), versão *Nem vem que não tem*, de Carlos Imperial, Bourvil, Jeanne Moreau, Nana Mouskouri, Joe Dassin, Isabelle Aubret, Françoise Hardy, entre outros. Para o jornalista, aconteceram também muitos ultrajes e nem todos terão os escrúpulos de Barouh e Moustaki: “Os contra-sensos e os clichês são quase sistemáticos”, enfatiza Lesprit. A música *Fio Maravilha* (1972) de Jorge Ben, por exemplo, que relata os feitos de um jogador de futebol do Flamengo, ganha uma versão vibrante em francês sobre

um cantor das favelas.

Até hoje são apresentados shows de bossa nova na França. No Ano do Brasil na França, a casa de espetáculos parisiense *Cabaret Sauvage* programou uma temporada, durante o verão, chamada *Copacabaret*, espetáculo que teve como mestre de cerimônias Rémy Kolpa Kopoul e a participação de Roberto Menescal, o grupo BossaCucaNova e Mariana de Moraes, filha de Vinicius.

Apesar de alguns entrevistados terem dito que a paixão dos franceses pela bossa nova ter restringido o conhecimento da variedade das outras produções musicais do Brasil, consideramos que foi a bossa nova que deu um status diferenciado para música popular brasileira, destacando-a do caldeirão das *músicas da América Latina* e abrindo portas para outros artistas, como Chico Buarque, Milton Nascimento e para um movimento que teve a bossa nova como farol: o Tropicalismo.

3.2.2 Tropicalismo na França

Ao abordar o movimento tropicalista devemos ter em conta um conselho dado por Hermano Vianna: “Cuidado com o tropicalismo!” (BASUALDO, 2007, p.134). Conforme o autor, a ambigüidade tropicalista engendrou uma “teia conceitual”, que nos confunde, logo de saída, na definição do nome do movimento. Caetano compôs para seu primeiro disco solo, *Caetano Veloso*, lançado em 1968, uma canção que era uma alegoria moderna, uma colagem de ícones, eventos, citações visuais, literárias e musicais significativos de um país arcaico e moderno ao mesmo tempo. Ainda sem título para a música, Caetano recebeu, do cineasta Luiz Carlos Barreto, a sugestão do nome *Tropicália*, uma instalação de Hélio Oiticica, que tinha sido exibida no MAM, em 1967. O músico relutou em usar o título de uma obra cujo autor que ele ainda não conhecia, mas seu empresário e o produtor do disco acabaram por convencê-lo a intitular a canção com este nome. A imprensa irá apropriar-se do título da música, modificando-o, para batizar o movimento que surgia dando o nome Tropicalismo, outro título que, inicialmente, também não agradou a Caetano:

Tropicália parece uma coisa viva, que está acontecendo. Tropicalismo parece uma escola, um movimento num sentido mais convencional. A palavra Tropicalismo apareceu na imprensa num texto de Nelsinho Motta e noutro de Torquato Neto, parecido com o de

Nelsinho. Até hoje acho simpáticos ambos os textos, mas equivocados e ingênuos, tal como achava na época. Eu não sentia tanta atração pela idéia de Tropicalismo, porque botar esse nome parecia que a gente queria fazer um negócio dos trópicos, no Brasil e do Brasil. Não queria que fosse esse o centro da caracterização do movimento, porque ele queria ser internacionalista e anti-nacionalista. Tendia mais pra o som universal, outro apelido que a gente ouviu e adotou também durante um período, mais pra idéia de aldeia global, de Marshall MacLuhan, muito presente na época. A gente tinha muito interesse nas conquistas espaciais, no rock'n'roll, na música elétrica e eletrônica, enfim, nas vanguardas e na indústria do entretenimento. Tudo isso era vivido como novidade internacional que a gente queria abordar assim desassombadamente. Mas hoje acho que foi o nome mais certo possível. (VELOSO, 2008)

Caetano explica, em seu livro *Verdade Tropical*, as razões de ter, tardiamente, aceitado o nome Tropicalismo:

O nome de “tropicalismo”, que rejeitei a princípio por considerar restritivo, hoje me parece adequado como nenhum outro o seria. Justamente por eu ter preferido enfatizar em primeiro lugar nossa aceitação do repertório do pop internacional – como oposição de choque ao nacionalismo -, o apelido hoje me soa como uma revelação involuntária da essência do movimento. Sua própria construção – por jornalistas ingênuos a partir de uma sugestão de Luiz Carlos Barreto por causa da obra de Oiticica – tem a marca do acaso significativo, do acercamento inconsciente a uma verdade. (VELOSO, 2008, p.490).

Em nosso estudo iremos adotar a flexibilidade tropicalista nomeando o movimento por vezes Tropicália, outras Tropicalismo.

3.2.2.1 Tropicália

Em maio de 1966, Caetano Veloso participou de uma mesa redonda promovida pela *Revista Civilização Brasileira* cujo conteúdo foi publicado com o título *Que caminhos seguir na música popular brasileira?* (1966). Tratava-se de um momento crítico da música no país. Os artistas tentavam uma resistência à ditadura militar instaurada há dois anos. Ainda não havia sido decretado o AI-5, que recrudesceu o regime e resultou em prisões, torturas e mortes de tantos brasileiros, calando por mais de vinte anos, e algumas para sempre, vozes importantes para a defesa dos valores democráticos da nacionalidade. Testemunhava-se o estrondoso sucesso da Jovem Guarda, cujo estilo, calcado na banda inglesa *The Beatles*, recebia o nome de iê-iê-iê. A bossa nova já completava 8 anos e começava a dar sinais de esgotamento ou de

desvirtuamento em relação à sua concepção original. Diante desse quadro, alguns músicos e críticos cobravam da classe artística uma retomada da tradição musical brasileira, como estratégia para combater a música alienante e chegar junto ao povo com uma *música autêntica nacional*.

Caetano Veloso via uma trilha clara a seguir. Para ele, deveria dar-se continuidade ao processo iniciado com a bossa nova, que, partindo da tradição da música popular, recebeu influências externas para criar um produto inovador, moderno. A opção por esta retomada deveria ser feita não apenas para cultuar sentimentalmente a tradição musical brasileira; era preciso conhecê-la, como haviam feito os artífices da bossa nova.

Para isto, nós da música popular devemos partir, creio, da compreensão emotiva e racional do que *foi* a música popular brasileira até agora; devemos criar uma possibilidade seletiva como base de criação. Se temos uma tradição e queremos fazer algo de novo dentro dela não só teremos de senti-la, mas conhecê-la. E é este conhecimento que vai nos dar a possibilidade de criar algo novo e coerente com ela. (QUE caminhos..., 1966).

Caetano, defendendo a retomada da concepção original da bossa nova, irá fazer uma declaração-manifesto que, em algumas cronologias²², marca o início da Tropicália: “Só a retomada da linha evolutiva pode nos dar uma organicidade para selecionar e ter um julgamento de criação.” (ibid., 1966)

O termo *evolução* usado por Caetano Veloso não se referia a uma evolução formal - como aconteceu com a bossa nova, que buscava um aprimoramento na técnica e na forma musical - e sim a uma evolução conceitual. Ao declararem, recentemente, que a Tropicália é o *avesso da bossa*, Caetano Veloso e Gilberto Gil explicam que o movimento reproduz o processo iniciado por aquele gênero musical, porém os procedimentos vão além, incorporando temas e disciplinas que não interessavam à bossa nova. A Tropicália mergulha em um universo expandido que inclui músicas consagradas pelo gosto popular tradicional, sem julgamento de valor artístico – algumas eram consideradas cafonas - mas com o interesse em seu valor alegórico; o rock e o pop internacional e, ainda, outras linguagens artísticas - como as artes visuais e o cinema; e os temas contemporâneos da época, como as viagens espaciais e a idéia da *aldeia global*, vindo à tona com um produto musical totalmente novo.

Tais procedimentos tiveram apoio teórico nas idéias de Oswald de Andrade defendidas em

²² Como, por exemplo, no livro *Tropicália – Uma revolução na cultura*.

seu Manifesto Antropófago, apresentado aos tropicalistas pelo poeta concretista Augusto de Campos, de São Paulo. “A idéia do canibalismo cultural servia-nos, aos tropicalistas, como uma luva. Estávamos “comendo” os Beatles e Jimi Hendrix”. (VELOSO, 2008, p. 242).

Antes mesmo de receber o nome de Tropicália, ou Tropicalismo, o grupo formado por Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Tom Zé, Capinan, Rogério Duarte já se configurava como um “grupo de baianos”. Ao começarem a fazer sucesso no Rio e em São Paulo, o grupo recebeu alguns apelidos, por parte do meio artístico carioca, como *bahiunos* e, até mesmo, *báfia*. Seus componentes não se esquivavam de sua identidade baiana, mas, ao mesmo tempo, não entraram no jogo do folclore, conforme foi dito anteriormente:

Nego-me a folclorizar meu subdesenvolvimento para compensar as dificuldades técnicas. Ora, sou baiano, mas a Bahia não é só folclore. E Salvador é uma cidade grande. Lá não tem apenas acarajé, mas também lanchonetes e hot dogs, como em todas as cidades grandes. (VELOSO apud VIANNA, 2004, p.9)

José Carlos Capinan, também estava presente na mesa redonda promovida pela Revista Civilização Brasileira e questionava-se sobre uma estratégia para a inserção do novo movimento no mercado musical:

“Qual a arte que se espera ter em nosso mundo mais facilidade de venda? Aquela que é o resultado da alienação propiciada por este contexto ou aquela que tem a lucidez de criticá-lo ao mesmo tempo em que pretende ser vendido por este contexto organizado em mercado?” (QUE caminhos ..., 1966).

Gilberto Gil também vai encarar esta questão e defender a entrada do movimento na indústria cultural, afirma Caetano: “Ele (Gil) dizia que nós não podíamos seguir na defensiva, nem ignorar o caráter da indústria do negócio em nos tínhamos metido. Não poderíamos ignorar suas características de cultura de massas cujo mecanismo só poderíamos entender se o penetrássemos” (VELOSO, 2008, p.126).

Parece-nos que a opção por participar dos maiores eventos de mídia da época, os grandes festivais de música popular transmitidos pelas televisões, foi uma ação estratégica derivada das reflexões feitas pelo próprio movimento. Cada participação dos tropicalistas nos festivais era um evento à parte. A presença de um grupo argentino de rock com guitarras elétricas

acompanhando Caetano Veloso em *Alegria Alegria*, no III Festival de Música Popular Brasileira promovido pela TV Record, em 1967, e o lendário discurso de Caetano, ao final da apresentação de sua música *É Proibido Proibir*, no Festival Internacional da Canção, promovido pela TV Globo, em 1968, dividiam a platéia, causavam polêmicas e até reações mais agressivas, provocando o efeito desejado pelos artistas. As performances eram um manifesto em si mesmas. A apresentação de Gilberto Gil, por exemplo, ao defender a música *Domingo no Parque* no III Festival de Música Popular Brasileira é emblemática: Gil estava posicionado ao centro de um triângulo cujos vértices eram uma orquestra tradicional ao fundo, o grupo de rock *Os Mutantes*, à sua esquerda e um percussionista tocando berimbau à sua direita.

As performances nos festivais abrem espaço na televisão para os tropicalistas que passam a participar de programas de variedades como o *Programa do Chacrinha*, muito popular na época, veiculado pela TV Globo e, em outubro de 1968, estréiam o seu próprio programa, *Divino, Maravilhoso*, na TV Tupi. A potencialidade revolucionária das propostas do Tropicalismo, aliada à popularidade alcançada pelo movimento em suas performances provocadoras na TV e nos espetáculos ao vivo, será alvo da truculência dos militares, garantida pelo AI-5. A ditadura militar percebeu a profundidade e alcance do movimento, culminando com a prisão de Gil e Caetano, em dezembro de 1968. Em julho de 1969, os dois artistas são *convidados a se retirar do país* e partem para o exílio em Londres, onde permanecem por mais de dois anos.

O exílio dos dois artistas tropicalistas encerra de certa forma a efervescência do movimento. Dizemos “de certa forma” porque os primeiros shows de Caetano e Gil ao retornarem ao Brasil, em 1972, são eventos absolutamente tropicalistas. Para nós, eles continuam vivenciando o Tropicalismo até hoje. Gilberto Gil ao aceitar, em 2002, o convite do Presidente Lula para assumir o Ministério da Cultura, recebeu duras críticas, principalmente da esquerda, que, mais uma vez, cobrava uma posição programática política do artista. A resposta de Gil reafirmou sua identidade: “O povo sabe que está indo para lá (para o governo) um tropicalista” (GIL apud BASUALDO, 2007, p. 131).

3.2.2.2 Tropicalismo na França

Ao entrevistarmos os profissionais envolvidos com a *musique du monde* na França, os primeiros nomes de artistas que surgem relacionados à música popular brasileira são Gilberto Gil e Caetano Veloso. Apenas uma pessoa entre os 14 entrevistados, não citou um dos dois artistas baianos. Entretanto, o nome do movimento, qual seja Tropicália ou Tropicalismo, é pouco conhecido entre eles e também pelo grande público francês. Um dos entrevistados Benoit Thiebergien fez uma tentativa tímida de explicar o Tropicalismo como um movimento antenado com sua época, que buscava uma alternativa à música erudita e à música folclórica.

Poucos são os franceses que conhecem o movimento e suas idéias renovadoras. Rémy Kolpa Kopoul descreve assim o Tropicalismo, no livro *France Brésil*, encomendado pelo governo francês por ocasião do Ano do Brasil na França:

Um punhado de adolescentes corrosivos de Salvador. Espíritos impertinentes, tambores afros e guitarras elétricas perturbam o Brasil. Movimento fulgurante e meteórico, mini maio-68 cultural que fracassa frente à ordem moral e à ditadura. Prisão, exílio e retorno ao país. (ADPF, 2005, p. 201)

A nosso ver, a proposta tropicalista chega à França, não como um movimento, mas através das músicas e das performances dos artistas, e é muito bem acolhida pelos franceses. Quase todos os entrevistados ao serem perguntados sobre quais artistas brasileiros teriam hoje um público cativo na França, responderam que Gil e Caetano são garantia de casa cheia.

Bruno Boulay, diretor no Brasil do *Bureau Export de la Musique Française*, em entrevista preparatória para a pesquisa empírica, declarou que, ainda hoje, os tropicalistas, principalmente Caetano Veloso e Gilberto Gil, são os grandes nomes brasileiros no imaginário do público francês interessado na música brasileira e falou de sua própria experiência ao conhecer a música tropicalista:

Meu primeiro contato com a música brasileira foi nos anos setenta. Na verdade, o disco que me marcou foi o *Transa*, de Caetano. [...] foi meu primeiro encontro com a música brasileira e eu fiquei apaixonado, eu não estava entendendo nada da língua, mas não sei... o ritmo a voz de Caetano, a poesia que estava falando, mesmo sem conhecer as letras, sem entender as letras [...]

O reconhecimento não é só do público e dos profissionais especializados, Gilberto Gil

recebeu do Ministro da Cultura da França, Jack Lang, o título de Cavaleiro da Ordem das Artes e das Letras e, em 2005, já Ministro da Cultura do Brasil, as insígnias de *Grand Officier da Légion D'Honneur* entregues pelo Ministro da Cultura e das Comunicações francês, Renaud D. Vabres, na ocasião, o ministro francês aclamou o artista baiano, tanto por suas obras como por seu trabalho político:

O senhor encarna maravilhosamente a riqueza, a variedade, o dinamismo, a força e a popularidade da cultura brasileira, amplamente compartilhados no nosso país, e também na Europa e no resto do mundo, além dos clichês. O senhor é, caro Gilberto Gil, a encarnação emblemática dessa grande nação mestiça, formada pelos povos de origem europeia, africana, indígena e asiática. Por sua obra imensa, por sua ação política e social, o senhor expressa a excelência da tradição brasileira, continuamente renovada e enriquecida pelas criações e interpretações contemporâneas. [...] (VABRES, 2005).

O sucesso de Gilberto Gil na França, e nos outros países da Europa, deve-se, ainda, a uma estratégia de desenvolvimento de carreira que o cantor empreendeu ao longo dos anos. Desde 1978, Gilberto Gil participa regularmente de turnês durante o verão europeu²³. Segundo o testemunho de Jean-Michel De Bie para a nossa pesquisa empírica, Gil planejou a construção de sua carreira na Europa. Hoje, é o músico brasileiro mais requisitado na França e sua nomeação como Ministro da Cultura do Brasil ajudou ainda mais. Sua notoriedade, todavia, foi alcançada como decorrência de um trabalho sério ao longo dos anos.

Caetano Veloso também foi homenageado por uma importante instituição cultural francesa, a *Cité de la Musique*²⁴, situada no Parc de La Villette, em Paris, recebendo, em 1999, *carte blanche*²⁵ para programar, durante três dias, shows com convidados especiais. Caetano apresenta-se na França com certa frequência e, assim como João Gilberto, poderia fazer mais shows no país, se quisesse. Por exemplo, no Ano do Brasil na França, uma parte da programação levava o nome de seu livro *Verdade Tropical*, entretanto o artista acabou não participando dos eventos que aconteceram durante um ano, alegando motivos pessoais.

A imprensa francesa também está atenta ao trabalho dos dois artistas, mesmo quando as grandes gravadoras os boicotam, como no caso do lançamento do disco *Tropicália 2* (1993),

²³ Informação disponível no site www.gilbertogil.com.br, acessado em 30/03/2008

²⁴ Estabelecimento público, ligado ao Ministério da Cultura francês, que agrupa um conjunto de instituições dedicadas à música. Entre os espaços que compõem a *Cité de La Musique*, há uma conceituada sala de espetáculos com capacidade para 1000 pessoas.

²⁵ *Carte Blanche*, carta branca, expressão usada quando a organização de um espetáculo permite ao artista convidar outro artista ou outros artistas para o show.

na França. Veronique Montaigne faz uma crítica ao disco, no jornal *Le Monde*, ressaltando o fato:

TROPICALIA 2, uma das experiências musicais mais inteligentes destes últimos anos, foi lançado há um ano no Brasil. Seus autores, Gilberto Gil e Caetano Veloso, cantores mundialmente conhecidos, farão um show na França no início de julho. Mas a poderosa multinacional que produziu o álbum julgou que não seria bom lançar o disco aqui (na França), devendo suas filiais européias ignorar a existência dele. Importado a conta-gotas, encontrável em raros pontos de venda especializados, Tropicália 2 agora pode ser encontrado nas lojas da FNAC²⁶, graças a seu serviço de importação. Devemos bradar pelo milagre ou pela infâmia? (MORTAIGNE, 1994).

Rémy Kolpa Kopoul sempre que escreve sobre Caetano, termina os artigos com a seguinte frase, um pouco difícil de traduzir em português: *S'il ne reste qu'un au monde...*²⁷ (KOPOUL, 2005, p. 201).

3.2.3 Contexto Atual

3.2.3.1 Paris – Capital das *musiques du monde*

“Paris é considerada como a capital da *musique du monde*”, é a afirmação do entrevistado Benoit Thiebergien. Eliane Azoylay, jornalista da revista cultural francesa *Télérama*, descreve Paris como “a babel das músicas do mundo, um terreno fértil para o encontro das tradições e inspirações ocidentais, africanas, árabes e latinas. Um palco musical sob o signo da mestiçagem, para a grande alegria do público.” (AZOYLAY, 1999). Para o agente artístico Frédéric Gluzman, não só Paris, mas toda a França é um dos maiores mercados consumidores de *musique du monde* e uma vitrine para o resto da Europa.

Vários entrevistados consideram, porém, que, além dos fatores históricos, Paris é a capital da *musique du monde* porque recebe muitos emigrantes, principalmente africanos. A cidade também é sede de selos fonográficos e tem muitos espaços de shows especializados neste tipo de música. Benoit Thiebergien ressaltou o alto investimento que a França faz na cultura, financiando, por exemplo, o circuito de difusão institucional, que tem um importante papel na divulgação dessa música.

²⁶ Grande cadeia francesa de lojas de vendas de CDs, DVDs e aparelhos eletro-eletrônicos. Atualmente, a FNAC também vende ingressos para shows, o que pode sugerir uma opção do mercado em investir em espetáculos ao vivo face à queda das vendas de CDs.

²⁷ “Se fôssemos que escolher um, no mundo, seria ele. ”

3.2.3.2 O papel dos Festivais

Segundo um estudo de Ludivine Trehorel (2006), o principal veículo de difusão da *musique du monde* são os espetáculos ao vivo, uma vez que as grandes mídias não dão, ainda, a devida importância ao setor. Acrescentamos a crise no setor fonográfico que dificulta, atualmente, a difusão de tais músicas. Os festivais, as feiras internacionais e os espetáculos em espaços culturais públicos e privados são os principais divulgadores. Na época em que a pesquisa de Trehorel foi realizada, os espetáculos de *musique du monde* recebiam quase 50% do público em relação à totalidade das apresentações musicais, nas quais os festivais têm um papel chave na promoção de tais produções.

A massificação do interesse pelas culturas do mundo, na França, acarretou o surgimento de vários festivais nas diferentes linguagens artísticas ou, ainda, festivais ligados a temas específicos como *músicas nômades*, *músicas tradicionais* ou *músicas rurais*. Mas o número majoritário é de festivais auto-denominados de *musique du monde*, que se preocupam em realçar esta classificação, tanto no nome dado ao evento, quanto na identidade visual: quase todo o material gráfico veiculado é feito com cores vivas e apresenta imagens da *diversidade* ou da região geográfica e cultural das quais trata o festival. Além dos festivais auto-intitulados de *musique du monde*, há outros como festivais de jazz, de rock e de *hip hop* que também programam músicas de outras partes do mundo. Segundo Trehorel, esta opção dos diretores artísticos dos festivais atende a uma demanda do público.

Alguns festivais de *musique du monde*, geralmente os festivais temáticos, têm como política apresentar *descobertas* e *revelações*, com o propósito de mostrar ao público expressões artísticas pouco conhecidas ou mais raras. São festivais que recebem um público elitista e mais intimista. São, na maior parte das vezes, organizados por pequenas associações engajadas em um projeto cultural e lutam, a cada ano, para conseguir financiamento, uma vez que não têm bilheteria garantida.

Outros festivais buscam montar uma programação mista de músicas tradicionais e músicas populares, mais festivas, atraindo geralmente um público jovem e popular, e que contam com a presença de alguns *connaisseurs* que podem se interessar pelos artistas propostos. Segundo o

estudo de Trehorel, esses festivais, *universalistas*, são os de maior quantidade na França, atualmente, e os que recebem maior público, enfrentando menor dificuldade de financiamento.

Outro tipo de diferenciação se faz em função da época do ano em que o festival é apresentado. Os festivais *universalistas* são realizados, quase sempre, durante verão europeu, entre junho e agosto. Os *festivals de verão*, exatamente por apresentarem uma programação vasta e heterogênea, não atraem o público devido à presença artista específico, a afluência é garantida por conta do nome festival e da confiança já conquistada. Geralmente, os festivais temáticos, festivais de descobertas e festivais experimentais acontecem fora do período do verão, como o *38^e Rugissants*, em Grenoble, programado para o período entre novembro e dezembro.

Consideramos estas distinções entre os diversos festivais uma informação importante para a pesquisa, uma vez que define o tipo de cada evento. A diferença entre a época do ano em que acontece a maioria dos festivais tem, por exemplo, influência direta nas atividades artísticas no Brasil. A maioria dos artistas brasileiros que planifica uma carreira no exterior reserva o período de junho a agosto para turnês européias. Outra informação importante é entender que os grandes festivais podem não servir como *vitrine* para um artista brasileiro emergente, como observou na entrevista o agente artístico Marc Régnier :

Tocar em festival no meio de uma programação de 30 bandas em dois dias, mesmo se o show for fantástico, quem vai assistir a este festival não vai pelo nome do artista, vai em família, vai com amigos. Ele vai se divertir com uma programação diversa e tendo confiança no gosto do programador. Mas isto não faz o artista [...]

Já os festivais de menor porte e com maior preocupação com a qualidade artística e com as trocas interculturais - muitos promovem encontros e workshops com os artistas - podem ter problemas de financiamento dos custos, como, por exemplo, dificuldades para trazer artistas do exterior, principalmente se estamos tratando de grandes viagens internacionais. Entretanto, segundo os profissionais entrevistados, a solução para este problema é a possibilidade de montar uma turnê apresentando-se em diferentes festivais, o que dilui o custo das passagens.

3.2.3.3 Nichos de Mercado

Um nicho de mercado apontado por Trehorel são as feiras internacionais. Aqui estamos tratando de uma escala de público entre 200 000 e 610 000 visitantes, sem incluir a Feira de Paris, que neste ano de 2008 teve 672 000 visitantes²⁸. As feiras internacionais têm um objetivo comercial e turístico, mas, também neste setor, está crescendo o interesse pelas culturas do mundo, que têm sido usadas como fator de atração do público. A *moda* das culturas do mundo reflete-se na oferta dos produtos e nos negócios, como a atração pelo artesanato e pelos espetáculos de artistas de outras partes do mundo. As pesquisas realizadas entre os visitantes das feiras indicam que este interesse é um vetor de comunicação dos mais eficazes, mesmo que a característica comercial ainda é mais forte e os organizadores não se preocupem em estruturar uma política conseqüente de intercâmbio cultural:

[...] os “programadores”, não tendo experiência artística, se interessam em princípio pelo nome, a notoriedade dos artistas, a moda do momento. O que importa é a aparência e a capacidade dos artistas trazerem um grande público; a qualidade artística é relegada a último plano. É o ‘exotismo’ buscado pelos visitantes que domina... [...](TREHOREL, 2006, p. 25) (tradução nossa).

A Feira de Paris, neste ano de 2008, por exemplo, apresentava o *Festival de Tropiques en Fêtes* com artistas e bandas das *ilhas do Caribe, Pacífico, Atlântico e Oceano Índico*²⁹, dando ênfase ao exotismo.

Um terceiro nicho de mercado de *musique du monde*, na França, são as empresas de eventos, um fato novo no país. Tais organizações estão em crescimento: em 1986 eram 25, já em 1996 somavam 150. Raras são as empresas de eventos especializadas em culturas do mundo, porém elas contratam, eventualmente, artistas de *musique du monde* (ibid., 2006). Ronan Corlay, um dos entrevistados de nossa pesquisa empírica, é diretor do departamento de música da empresa de eventos *Ideactif*, que tem como clientes a *Nestlé*, *Coca-Cola*, *FNAC* entre outros. No Ano do Brasil na França a *Ideactif* foi a empresa contratada pela rede de supermercados *Pão de Açúcar* e pela rede de supermercados francesa *Casino* para co-produzir, junto com a produtora brasileira *Divina Comédia*, o show *Viva Brasil!*, na Praça da Bastilha, em julho de 2005. Foi também a *Ideactif* a produtora dos shows brasileiros realizados em diversos pontos do percurso da Maratona de Paris no mesmo ano. Regina del Papa, outra entrevistada, também presta serviços para empresas de eventos francesas, propondo artistas brasileiros para

²⁸ Informação disponível no site: www.foiredeparis.fr. Acesso em: 2 jun. 2008.

²⁹ Informação disponível no site <http://www.tropiquesenfete.fr/>. Acesso em : 2 jun. 2008

cada tipo de demanda:

[...] Então, primeiro, uma coisa de qualidade e que seja do nosso gosto, um prazer. Depois uma coisa que seja coerente com o tipo de evento, por exemplo, quando eu vou vender um show, eu vou ver o tipo de evento, se é para um coquetel, se as pessoas vão estar sentadas, se é uma conferência, eu sei que é uma bossa nova. Então, tem o tipo de evento para um tipo de artista, para um tipo de sala. [...]

3.2.3.4 Queda?

Apesar do quadro de possibilidades descrito acima, alguns entrevistados nos falaram em uma *queda*, neste momento no setor. Não falam em crise, mas comparam com a situação atual com a de alguns anos atrás, quando tinham mais demandas por parte dos contratantes. Marc Régnier detecta esta baixa na demanda, com a conseqüente na queda no valor dos cachês, a partir de sua experiência pessoal:

Tem que ver também que o mercado mudou muito, há cinco anos eu passava a minha vida na Alemanha, porque lá havia muitos shows, muito dinheiro. Então, eu fazia turnês enormes na Alemanha com o *Funk'n Lata* e agora não é mais o caso, os cachês caíram totalmente. Então, fica muito difícil para vender uma banda grande como Carlinhos (Brown), como Olodum, como Terra Samba, como Funk'n Lata, fica muito difícil.

Tivemos dificuldades em encontrar dados numéricos atualizados sobre apresentações ao vivo de *musique du monde*, na França, que possam comprovar este fato. Os dados disponíveis referem-se à venda de CDs, no ano de 2007. Segundo pesquisa do *Observatoire de la Musique*, entidade ligada à *Cité de la Musique*, houve uma queda de 20,1% na venda de unidades de CDs e de 21,2% no valor arrecadado com as vendas de CDs de *musique du monde* em relação ao ano anterior. O setor é um dos mais afetados pela crise fonográfica; podemos confirmar pela comparação entre as porcentagens de queda das vendas de CDs de *musique du monde* com as porcentagens de queda das vendas gerais de CDs na França, que foi de -18,5% em quantidades de unidades vendidas e -17,2% em valor arrecadado (OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE, 2008).

Zone Franche é uma rede formada por operadores franceses envolvidos com *musique du monde* (representantes de artistas, produtores de espetáculos e discos, festivais, salas e espaços culturais, mídias e mercados). Entre os associados estão 37 festivais especializados. Ao final de 2007, diante da dificuldade de compilar dados numéricos gerais sobre shows, *Zone Franche* desenvolveu uma pesquisa com base nos dados obtidos na página *Atualidades*

de seu próprio site, onde os associados costumam anunciar suas atividades. De acordo com a pesquisa, 115 festivais diferentes postaram anúncios e foram anunciados 851 shows de *musique du monde*, apenas neste site.

Foi criado em 2008 o *SPL Paris Mix - Sistema Produtivo Local (SPL) Paris Mix*, um *cluster* dedicado ao setor *musique du monde* na região de Île de France. Trata-se de uma iniciativa do site e revista *Mondomix* e da Prefeitura de Paris que visa agrupar e organizar os diversos atores envolvidos na atividade. Os objetivos iniciais consistem em enfrentar as constantes inovações tecnológicas, principalmente as mudanças ocorridas com o advento da Internet; dar melhores oportunidades de emprego, principalmente para os jovens emigrados; promover a diversidade cultural e ampliar a cooperação norte/sul. A apresentação do *SPL Paris Mix* confirma a vocação da cidade como “capital das músicas do mundo” e informa que foram contabilizados 4000 empregos ligados ao setor, na região de Île de France (PARIS-MIX, 2008).

A vitalidade do setor não está concentrada apenas em Paris. Marselha, por exemplo, abrigou, em março de 2008, a 4ª edição do *Babel Med Music*, um fórum de profissionais de *musique du monde* que tinha na sua programação palestras e debates, uma feira e shows. *Babel Med Music* recebeu 15 000 pessoas em seus três dias de realização. A cada noite foram apresentados 10 shows, cuja programação foi feita a partir da seleção de 950 candidaturas. Foram selecionados artistas “representativos da efervescência deste setor musical”, originários da China, Azerbaijão, do deserto do Sinai, de Belgrado, Tessalônica, entre outras regiões³⁰. Bernard Aubert, diretor do *Babel Med Music*, fala sobre a participação brasileira no evento.

Nós organizamos, em março, um fórum sobre *musique du monde*, que é o *Babel Med Music*, e a presença brasileira foi pouco importante, o que é uma pena, porque participam 200 a 300 dos maiores eventos da Europa. Tem uma quantidade enorme de organizadores de pequenos festivais franceses, espanhóis e italianos e sei que eles são muito interessados pela música brasileira [...]

3.2.3.5 Concorrência

As 950 candidaturas vindas de 60 países diferentes revelam a acirrada concorrência no setor. Ao perguntarmos aos entrevistados que países e regiões têm desenvolvido estratégias de

³⁰ Informações obtidas no site : <http://www.dock-des-suds.org/#babel> , acessado em 25/05/2008

exportação de suas músicas, fomos informados que poucos são os países e regiões - disputando mercado com o Brasil no setor *musique du monde* - que têm estratégias definidas. Foram identificadas as regiões da Catalunha e Andaluzia, Israel, Canadá e os países nórdicos (não consideramos que estamos competindo com a música destes dois últimos citados).

Pudemos aferir que a música africana é a que tem maior presença, mais força no setor. Muitos entrevistados falaram da proximidade com a África, principalmente com as ex-colônias francesas, que têm a vantagem de ser francófonas, além do fenômeno da emigração massiva para a França, após o período colonial. A enorme colônia africana representa, por si só, uma grande fatia do mercado consumidor de *musique du monde*. Soma-se a isto, a presença de selos franceses que produzem os artistas africanos na própria França e o trabalho dos representantes locais destes artistas.

Outro tipo de música, em concorrência com a música brasileira no momento, é a música cigana, ou a música dos Bálcãs. Esta *moda*, que não sabemos se é passageira, teve início com o sucesso do ator, diretor de cinema e músico sérvio Emir Kusturica e sua banda *No Smoking Orchestra*, nos anos 1990. Hoje a música cigana está presente em quase todas as programações de festivais e espaços dedicados à *musique du monde*.

Além da forte concorrência no setor, devemos levar em conta as ações de reserva de mercado para a música francesa. Em 1º de fevereiro de 1994, foi aprovada a “lei de proteção às expressões francesas”, que entrou em vigor a partir de 1º de fevereiro de 1996³¹. A lei determina que as rádios privadas devem difundir pelo menos 40% de músicas francófonas (RAPPORT..., 1996), sendo que a metade delas deve ser de novos talentos ou de novas produções. Fora esta proteção oficial, existem as próprias leis de mercado, Frédéric Gluzman deu o exemplo da tentativa de Marcelo D2 de entrar no mercado do *hip hop* na França, restrito às produções locais e americanas.

3.2.3.6 MPB na França – Panorama atual

Procuramos mostrar, com estes dados, a complexidade do setor e as dificuldades que lhe são inerentes. Entretanto, acreditamos que a música popular brasileira, com sua capacidade de criação e inovação e qualidade artística, tem um espaço potencial no mercado de *musique du*

monde. Este prognóstico resulta da análise da história da música brasileira naquele país, que testemunha o sucesso da bossa nova e, em seguida, a excelente acolhida dos artistas tropicalistas Caetano Veloso e Gilberto Gil, assim como de outros grandes nomes da MPB: Chico Buarque, Milton Nascimento, entre outros. O interesse, declarado pelos entrevistados, por novas propostas musicais brasileiras e pelo aprofundamento do conhecimento da diversidade de nossa música também aponta para a pertinência em se desenvolver estratégias de promoção deste produto cultural na França.

Atualmente, entre os novos artistas brasileiros que freqüentam os palcos franceses, encontramos Lenine como o artista de maior sucesso. Lenine construiu uma carreira na França, a partir de seu esforço pessoal e com a ajuda de agentes franceses como Bruno Boulay e, hoje, Frédéric Gluzman. Consideramos que o sucesso de Lenine, um herdeiro do Tropicalismo, pode ser explicado pelo fato do artista fazer uma música que mistura tradição e modernidade. Binômio muito citado pelos agentes culturais franceses e que entendemos ser uma fórmula apropriada para resolver a questão ambivalente em relação à música do Brasil: a necessidade de reconhecer elementos tradicionais da cultura brasileira e, ao mesmo tempo, permitir que esta música saia do enquadramento e expanda suas propostas, incorporando outras influências musicais, novas tecnologias, atendendo assim a outra ponta da demanda do público que é a incessante busca por novidades.

Devemos ressaltar o papel de agentes culturais franceses que, junto aos artistas brasileiros, trabalham com determinação para mostrar a riqueza da música brasileira. São profissionais como Marc Régnier, que representa, principalmente, artistas pernambucanos, como Silvério Pessoa e Renata Rosa, que recebeu do *Le Monde de la Musique* o prêmio *Choc del'Anné 2004* por seu Cd *Zunido na Mata*; ou ainda Frédéric Gluzman agente, na França, de Lenine, Milton Nascimento, Vanessa da Mata e Daniela Mercury e que está levando, este ano, a Orquestra Spok de Frevo, de Pernambuco, para sua primeira turnê na Europa.

Encontramos, na pesquisa empírica, menções à música eletrônica feita por artistas brasileiros. Rémy Kolpa Kopoul foi o responsável pela compilação do disco *Brasil do Futuro* com a participação de Seu Jorge, DJ Dolores, Marcelinho da Lua, Céu, entre outros, lançado pelo selo francês Naïve. Segundo informações de Frédéric Gluzman, DJ Dolores fez uma grande turnê em 2003 e 2004 e agora novos nomes brasileiros estão aparecendo para ocupar este nicho de mercado.

Encontramos poucos exemplos de artistas baianos, fora os consagrados Gilberto Gil e Caetano Veloso, apresentando-se na França com frequência. Carlinhos Brown e Daniela Mercury são os nomes mais ouvidos, mas estes dois artistas não têm uma carreira consolidada no país. A presença dos grupos afro-baianos Olodum, Araketu e Ilê Aiyê não é freqüente a ponto de marcar uma imagem e formar um público cativo. O mesmo se dá para artistas como Margareth Menezes, que, mesmo tendo viajado várias vezes para França, não o faz com a regularidade de Lenine ou Gilberto Gil, ou parece não ter desenvolvido uma estratégia de carreira visando conquistar o público francês, apresentando-se em eventos voltados apenas para a comunidade brasileira, como, por exemplo, a *Lavagem da Madeleine*³².

Em relação à música produzida na Bahia, a associação feita com a África é imediata, por parte dos entrevistados. O traço étnico da música baiana é a primeira imagem que surge, principalmente entre os especialistas em música brasileira, e são eles que vão apontar essa característica como responsável por provocar um grande interesse no público francês. Muitos entrevistados sugeriram que essa potencialidade ainda não foi suficientemente aproveitada pela música baiana.

Da geração de artistas baianos pós-tropicalistas, Carlinhos Brown é o mais citado. A vitalidade do artista e sua capacidade de interação com o público - uma qualidade muito apreciada pelos programadores - são admiradas. Ronan Corlay o considera uma “bête de scène”³³. O artista é considerado como “objeto de desejo” por alguns diretores de festivais e agentes artísticos, como Bernard Aubert e Frédéric Gluzman. O *fetich*e em relação a Brown alimenta-se também no fato do artista ter alcançado um estrondoso sucesso na Espanha, onde lota estádios e arrastou multidões com seu trio elétrico, em Barcelona em 2004 e nas cidades de Bilbao, Sevilha, Madrid, Valência e novamente Barcelos em 2005. O sucesso na Espanha teve como consequência a elevação de seu cachê, o que, aliado ao grande número de pessoas que compõem sua equipe e o volume de equipamentos e instrumentos transportados, torna muito difícil a contratação do artista para shows, na França. Marc Régnier e Benoit Thiebergien criticam a irregularidade na qualidade dos CDs do artista. Thiebergien acredita que Carlinhos Brown, ao procurar atender a uma indústria cultural globalizada, arrisca perder

³² Evento organizado pelo artista baiano Roberto Chaves, radicado em Paris. É uma reprodução da festa da Lavagem do Bonfim, nas escadarias da Igreja de la Madeleine em Paris. Apesar de se tratar de uma manifestação da cultura produzida na Bahia, o evento não foi citado por nenhum dos 14 entrevistados.

³³ Fera de palco.

a autenticidade, formatando sua música original para atingir uma ampla faixa de público mundial.

Paralelamente à imagem étnica, as representações da música da Bahia derivam do carnaval. Vários entrevistados vão fazer referência aos blocos afro-baianos e à música axé. Regina del Papa confirma, a partir de sua experiência profissional, a forte associação que o público francês faz entre a música brasileira e a música baiana ligada ao carnaval. A artista referência do *axé music* na França é Daniela Mercury, que alcançou um relativo sucesso na ocasião da Copa do Mundo de 1998, na França, quando uma de suas músicas *Rapunzel*, composta por Carlinhos Brown, tornou-se um *hit*, naquele ano Daniela foi considerada a “artista do verão” pelo canal de televisão *France 2*. Daniela Mercury investiu, a partir de então, em freqüentes turnês na Europa com passagens pela França. Entretanto, a carreira da artista não se firmou neste país. Jean-Michel de Bie, apesar de considerar a qualidade artística de Daniela, debita o insucesso ao caráter efêmero da *axé music*.

Daniela Mercury e Carlinhos Brown são, então, os dois artistas que identificamos como representantes da música baiana atual, que têm peso no imaginário francês. Podemos afirmar, todavia, analisando os depoimentos colhidos, que existe um desejo, por parte dos profissionais e do público francês, de ouvir novas propostas musicais vindas da Bahia. Não estamos falando apenas em novas formas musicais, mas do interesse da França em tomar contato com artistas tradicionais e manifestações culturais pouco conhecidos.

Um exemplo recentíssimo de boa recepção de novas propostas musicais baianas é a temporada de shows na França que realiza o músico argentino Ramiro Musotto neste ano de 2008. Representado por Regina del Papa, o percussionista argentino, radicado na Bahia desde 1984, com algumas entradas e saídas, faz uma música criativa e contemporânea, usando a fórmula, tão apreciada pelos franceses: a soma de tradição e modernidade. A presença privilegiada do berimbau, tocado de uma forma inovadora, e a utilização de ritmos da Bahia, como o samba-reggae, a chula e o pagode do grupo *Harmonia do Samba*, tocados ao vivo ou *sampleados*, garantem a *cor baiana*. A música de Musotto, porém, ultrapassa as fronteiras da Bahia e incorpora outros ritmos, como os afro-caribenhos e outras falas, como as gravações de um discurso do Subcomandante Marcos e uma narração dos feitos de Lampião. Ousamos dizer que o músico argentino insere-se na tradição de artistas estrangeiros que mergulharam no universo cultural baiano para produzir uma arte universal, como Carybé, Pierre Verger e

Hansen Bahia. Seu último CD, com o sugestivo nome *Civilização & Barbarye*, lançado na França pelo selo *Helico*, acompanhado de show com o mesmo nome, foi muito bem recebido pela crítica francesa, merecendo resenhas nos jornais *Le Monde* e *Libération*, na revista *Télérama* e no site *Mondomix*.

Este é um dos poucos exemplos de uma presença representativa da nova música produzida na Bahia que surge com uma possibilidade de consolidação de carreira, diferentemente de artistas baianos que realizam apresentações esparsas, que podem ter até uma boa repercussão, mas sem conseqüências futuras. É surpreendente que um estado, tradicional e potencial produtor de uma música rica e original, que faz parte da origem da construção musical do Brasil, esteja ausente da cena francesa atual. O objetivo desta pesquisa não é analisar os processos de produção da música baiana atualmente, mas percebemos que a falta de uma organização sistemática da mesma é uma das razões para esta ausência. A incapacidade de promover a atividade de exportação da música baiana, com ações de divulgação, reflete-se na seguinte situação apurada na pesquisa empírica: a maior parte dos entrevistados não recebe nenhum tipo de informação sobre as novas produções musicais baianas.

3.2.3.7 Ano do Brasil na França

A bossa nova ainda é a primeira referência de gênero musical brasileiro para o grande público da França. As iniciativas individuais dos artistas e agentes franceses de mostrar os múltiplos aspectos da música brasileira, que vinham tendo uma lenta resposta por parte do público e conseqüentemente dos contratantes franceses, só agora começam a ganhar apoio institucional, tanto por parte da França como por parte do Brasil. Dentre estas iniciativas destacamos o Ano do Brasil na França realizado em 2005 com o título *Brésil, Brésils*. O governo francês convidou os brasileiros para apresentar a diversidade e a modernidade da cultura nacional em eventos que aconteceram de março a dezembro. Foram realizados numerosos eventos culturais e espetáculos artísticos: 463 eventos culturais em 161 cidades francesas com 15.091.573 espectadores. Dos 463 eventos, 270 foram espetáculos musicais com a participação de 665 artistas e músicos, com um público de 442.142 pessoas (BRASIL, 2005). Entendemos que a escolha do título *Brésil, Brésils*, ressaltando a idéia da diversidade da cultura brasileira, faz parte da construção de novas representações sociais do Brasil no exterior. Michel Riaudel, no prefácio do livro *France Brésil*, fala desta tentativa de livrar o

Brasil dos clichês.

Não falemos mais do Brasil futebol e carnaval! A intenção é louvável se se trata de abrir o horizonte, de não isolar o outro em exclusividades lúdicas e festivas, vistas como fúteis, de escapar a um destino que a festa 'brasileira' dada em 1550, quando da entrada real de Henri II na cidade de Rouen, teria selado como o país do futebol e carnaval. (ADPF, 2005, p. 23)

Riaudel alerta, porém, para os perigos da condenação simplificadora desta dimensão vital da cultura brasileira: a festa. Pode-se dizer que a música brasileira foi um dos carros-chefe da programação. No livro *Ano do Brasil na França* (2005), o Embaixador da França no Brasil, na época, Jean de Gliniasty, ao fazer um balanço da iniciativa, declarou:

O evento popular de maior repercussão talvez tenha sido o grande baile do dia 13 de junho, na Praça da Bastilha, que este ano apresentou um concerto gigante intitulado "Viva Brasil", com os músicos mais conhecidos do país: Gilberto Gil, Daniela Mercury, Jorge Benjor, Gal Costa etc. (BRASIL, 2005, p.10)

Dos quatro artistas citados, três são baianos. Participaram também do evento Carlinhos Brown e Ilê Aiyê. Outros dois grandes acontecimentos, que contaram com artistas da Bahia, foram o *Villete Brésil(s)*, no Parc de La Villete, em Paris, onde Tom Zé e Carlinhos Brown apresentaram-se para um público de 30 000 pessoas, e o desfile de um trio elétrico, em Cannes, com Carlinhos Brown, Ivete Sangalo, Ilê Aiyê, Margareth Menezes e Daniela Mercury.

Ao fazermos um balanço numérico da presença de artistas baianos no Ano do Brasil na França, vemos uma desvantagem em relação a outros estados. O *Festival Rio Loco*, de Toulouse, informa André Midani, Comissário Geral do Brasil para o evento, foi o festival que concentrou todas as suas apresentações na música brasileira, tendo como convidados 32 artistas ou grupos brasileiros, e, dentre estes, apenas Armandinho representou a Bahia. O *Festival d'Île-de-France*, outro ponto alto da programação, apresentou 34 artistas ou grupos brasileiros. A Bahia estava representada pelo grupo de percussionistas 7 Portas, formado por Bira Reis, Luizinho do Jeje e Anderson Souza, e pelo cantor Netinho. Por outro lado, vemos uma participação forte de artistas pernambucanos. Conforme apurado na pesquisa empírica, este fato resulta dos esforços individuais de cada artista e seus representantes na França e das iniciativas tímidas e descontinuadas, segundo os entrevistados, do Governo de Pernambuco, de incentivo e apoio aos artistas do estado.

Devemos ressaltar, na programação oficial do Ano do Brasil na França, uma das tentativas isoladas de mostrar artistas baianos pouco conhecidos dos franceses. Stéphane de Langenhagen, convidado para fazer a direção artística de três noites no *Ciclo de Concertos da Cité de la Musique*, escolheu, para a *noite baiana*, apresentar Riachão e o grupo de percussão *Didá, Banda Feminina*.

Apesar da magnitude e diversidade da programação, alguns entrevistados afirmaram que houve uma queda nas apresentações musicais brasileiras, após 2005. Para o agente artístico Frédéric Gluzman “aconteceram tantas coisas em 2005 que acabou dando ressaca da música do Brasil na França”, Bernard Aubert debita o fato a uma “*overdose* midiática”, o que pode ser confirmado na prestação de contas da repercussão do evento na mídia francesa. Foram contabilizados 15.000 artigos, 8.045.013 exemplares vendidos em 35 edições especiais, 82 programas de TV, 4.000.000 de telespectadores só para o programa *Des Racines e des Ailes*, 66 programas de rádio e 1.100.283 visitas às páginas do site *Brésil Brésils*. Aubert considera que só agora, passados 3 anos do evento, os shows de música brasileira estão voltando a atingir a frequência que tinham anteriormente.

3.2.3.8 Ações Institucionais

Podemos considerar que O Ano do Brasil na França foi a primeira grande ação do Ministério da Cultura do Brasil, sob o comando de Gilberto Gil, para promover a arte brasileira no exterior. A criação de um Comissariado Geral no Brasil específico para o evento, presidido pelo produtor musical Andre Midani - formado por várias coordenações, nas áreas de literatura e colóquios, exposições patrimoniais e arte contemporânea, música, teatro, dança, cinema e audiovisual - reflete a intenção do ministério em desenvolver uma estratégia organizada para expandir a produção cultural além das fronteiras do Brasil. Esta atitude difere do que vinha ocorrendo até então, principalmente em relação à música:

Tem sido uma disseminação quase inercial, baseada na própria força da música brasileira, no esforço individual de artistas e produtores e na percepção, por parte de um público qualificado, da qualidade de nossa produção. Estamos assistindo a um empenho comovente, seja de brasileiros, seja de estrangeiros, para divulgar a nossa música no exterior. É preciso que o Estado assuma a liderança do processo, para ordená-lo, para dar a ele um caráter público, num sentido estratégico, para estimulá-lo. (GIL apud BOULAY, 2005, p. 15).

As observações de Gil decorrem de sua própria experiência profissional. Sua determinação em realizar ações sistêmicas de estímulo e regulação do mercado deve-se também à percepção da potencialidade da produção musical brasileira como uma das principais forças propulsoras da economia da cultura.

O produto cultural brasileiro pode contribuir decisivamente para o desenvolvimento econômico do Brasil, atuando no mercado interno e no mercado externo como um dínamo do crescimento da economia país. A cultura pode ter um peso no PIB. Isso passa muito mais pela formulação de uma estratégia adequada e de políticas de incentivo do que pela criação de departamentos culturais (...) – Ou este país se dá conta do potencial econômico da sua produção cultural, e passa a agir em consonância com esta constatação, ou será muito difícil romper o quadro inercial e a omissão histórica do Estado. A economia da música no Brasil, hoje, é marcada pelo desperdício. Desperdício de talento, de energia e recursos. (GIL apud BOULAY, 2005 p. 15).

Com o objetivo de implementar uma política de incentivo apoiada em uma estratégia de ações, o Ministério da Cultura intermediou a criação do Plano Setorial Integrado de Exportação da Música no Brasil, promovido pela APEX-Brasil, Agência de Promoção de Exportações e Investimentos, instituição autônoma vinculada ao Governo Federal e coordenadora da política de exportações do país. A APEX-Brasil firmou em 2002 seu primeiro convênio com a BM&A – Brasil, Música e Artes, Agência Exportadora de Música Brasileira, uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), com o objetivo de executar planos bienais. Desde então, o convênio já foi renovado por duas vezes, visando apoiar a cadeia produtiva da música para fins de difusão internacional.

Um relatório parcial divulgado pela BM&A em 2008 dá conta de diversas ações realizadas pela OSCIP como, por exemplo, participações em feiras internacionais como o *MIDEM*³⁴, na França, *POPKOMM*³⁵ na Alemanha, o *Womex*³⁶, uma feira europeia itinerante especializada em world music, o *London Calling*³⁷ e o festival *South by Southwest*³⁸ nos Estados Unidos.

³⁴ Marché International du Disque et de l'Édition Musicale, grande feira internacional de negócios realizada desde 1967, em Cannes na França, que reúne profissionais da indústria fonográfica e agentes de artistas.

³⁵ Evento realizado na Alemanha desde 1989, composto por uma feira de negócios para profissionais da área de música e entretenimento, um congresso que discute as questões do setor e um festival de música.

³⁶ Exposição internacional de música, itinerante em seu princípio na década de 90, mas que desde 2006 é planejada em Berlim e realizada em Sevilha. Apresenta extensa programação de showcases, conferências, feira de negócios para música, e outra pra documentários sobre música e concertos em DVD, além de um prêmio para músicos e selos de *world music*.

³⁷ Rodada de negócios realizada anualmente em Londres, que também conta com conferências e apresentações musicais ao vivo.

³⁸ Festival interativo de música e cinema americano realizado em Austin, Texas, desde 1987. É um dos maiores do Estados Unidos, com uma programação de quase 1.400 apresentações em dezenas de locais da cidade. Além das apresentações, o festival distribui uma coletânea de mp3 das bandas presentes gratuitamente na Internet via BitTorrent. Em 2008, foram distribuídas mais de 700 músicas.

Estas iniciativas têm como objetivo principal incrementar a participação da música brasileira no mercado fonográfico internacional, a contratação de shows, quando acontecem, são decorrências colaterais desta meta prioritária.

A BM&A concebeu, também, o projeto Comprador e Imagem, cujas edições já aconteceram em 2006 e 2007, que trouxe operadores e formadores de opinião estrangeiros, envolvidos com músicas do mundo, para conhecer a diversidade musical brasileira. Em 2007, foram convidados 9 especialistas, de 5 diferentes países, que percorreram 4 capitais brasileiras: São Paulo, Goiânia, Fortaleza e Salvador. Em cada cidade foram realizados palestras, rodadas de negócios e *showcase*. O site da BM&A³⁹ dá como resultado desta iniciativa o convite de 4 bandas de Goiás, 2 do Ceará e 1 de São Paulo para participar do festival *South by Southwest* (SXSW), que aconteceu em Austin no Texas, EUA, em março de 2008. Não temos informações a respeito de negócios realizados com artistas baianos, decorrentes dessa iniciativa em Salvador.

Não conseguimos confirmar a eficácia da estratégia da BM&A em relação à promoção da venda de shows brasileiros na França em nossa pesquisa empírica. Poucos entrevistados conhecem o trabalho da BM&A e os que conhecem teceram críticas em relação às estratégias utilizadas. A principal crítica, que se reverte como uma sugestão, é que, pelo fato de existirem poucos representantes de artistas especializados em música brasileira na Europa, a BM&A deveria trabalhar no desenvolvimento de parcerias com atores-chave envolvidos na promoção de espetáculos musicais.

Ainda, em relação a ações institucionais empenhadas na promoção da música brasileira na França, destacamos o trabalho do *Bureau Export de la Musique Française*, que tem uma representação no Consulado da França em São Paulo. Apesar de ser uma instituição voltada para a venda da música francesa o escritório atua também no incentivo a esta atividade no Brasil. Segundo o diretor do *Bureau*, Bruno Boulay, uma das perspectivas é apoiar os profissionais brasileiros, envolvidos com gravações fonográficas e espetáculos, na realização de seus projetos artísticos e comerciais com seus pares franceses. O *Bureau* participou da organização musical do Ano do Brasil na França e já lançou duas edições, em 2005 e em 2006 do *Guia do Mercado Brasileiro da Música*.

³⁹ www.bma.org.br

3.2.3.9 Ações Institucionais na Bahia

Não localizamos nenhum programa desenvolvido por instituições governamentais da Bahia voltado especificamente para o apoio e incentivo da cadeia produtiva da música, visando a promoção da exportação da música baiana. Se ele existiu, não foi publicizado no estado através de chamadas públicas para que os artistas participassem. As iniciativas tomadas, até então, foram isoladas e quase sempre atreladas à promoção do turismo no Estado. As atuais gestões da Secretaria de Estado da Cultura da Bahia e da Fundação Cultural do Estado da Bahia, iniciadas a partir de janeiro de 2007, têm como uma de suas metas promover e apoiar a difusão do produto musical baiano para fora do estado. Uma das principais ações já empreendidas foi a participação no projeto *Comprador e Imagem*, citado acima, em parceria com a BM&A, PROMO⁴⁰ e o SEBRAE-BA. Além de uma rodada de negócios, onde artistas e bandas baianas entraram em contato com os convidados estrangeiros, foram apresentados 10 *showcases* selecionados a partir de chamada pública para a qual se inscreveram 119 propostas.

A Fundação Cultural do Estado da Bahia informou à pesquisadora que tem como meta trabalhar na formação dos agentes da cadeia produtiva da música, capacitando-os para uma melhor participação em rodadas de negócios internacionais. Outro projeto em desenvolvimento é a produção de uma série de coletâneas, separadas por gênero musical, intitulada *Música da Bahia*. Além das músicas, a coletânea apresentará um encarte com fotos, dados para contato e breve release dos artistas participantes. As coletâneas estarão disponíveis para *download* gratuito. Esta ação da FUNCEB visa suprir uma deficiência detectada em relação à capacidade dos artistas e produtores baianos em produzir, com eficiência, material promocional voltado para o mercado externo. O material também será distribuído em festivais e mídias nacionais e internacionais.

Uma das poucas iniciativas baianas, realizadas pela sociedade civil é o Mercado Cultural, feira internacional que realizou na Bahia sua 7ª edição, em 2006. Apesar de ser um evento internacional com a participação de artistas de todas as partes do mundo, a cada ano são programados *showcases* de artistas baianos, configurando-se em uma das raras oportunidades dos mesmos apresentarem-se para produtores e agentes internacionais. Vários entrevistados

⁴⁰ Centro Internacional de Negócios da Bahia

franceses conhecem o Mercado Cultural e apontaram este tipo de iniciativa como a mais eficaz na promoção de exportação de música.

Apresentamos neste capítulo a análise das entrevistas realizadas com 14 profissionais franceses que trabalham com *musique du monde*. O grupo entrevistado é composto por agentes e produtores artísticos, diretores de festivais e diretores de programação de espaços públicos e privados. O nível de conhecimento dos entrevistados sobre a música produzida no Brasil é bastante variável; apesar de todos conhecerem e trabalharem com as diversas músicas produzidas em várias partes do mundo, alguns são especialistas em música brasileira, enquanto outros, não vão muito além de identificar a bossa nova e o samba. Este fato nos permitiu recolher um rico material empírico referente aos vários elementos que compõem o processo de compra da música brasileira e da música produzida na Bahia.

A primeira seção aborda as diferentes imagens que os franceses fazem da música brasileira, marcadas por uma relação ambígua que reconhece a diversidade cultural e ao, mesmo tempo, insiste em impor os padrões europeus. As imagens que os franceses fazem da música baiana são tratadas na segunda seção. Alguns profissionais não sabiam distinguir as especificidades da música produzida na Bahia, contudo para todos eles a palavra *Bahia* tinha um sentido. Os que conseguem identificar a música baiana vão falar, principalmente, de sua característica étnica, mas o carnaval e os grandes artistas nacionais de origem baiana como João Gilberto, Gilberto Gil e Caetano Veloso também são associados à música produzida na Bahia.

Os procedimentos que compõem o processo de compra de música brasileira na França serão estudados na seção 3.3, partindo das relações entre os agentes culturais franceses e o público consumidor chegando até detalhes de negociação de cachês. Na quarta seção, apresentaremos algumas considerações sobre estratégias mercadológicas de exportação de música e sugestões dadas pelos entrevistados para promoção da música baiana na França.

4.1 IMAGENS DA MÚSICA BRASILEIRA

A simpatia dos franceses pelo Brasil nos parece ser uma premissa básica para entender como são construídas as diversas representações sobre a música brasileira. Esta linguagem artística beneficia-se deste sentimento com reflexo imediato no consumo.

Consideramos que as diferentes imagens descritas pelos entrevistados trazem consigo um sentimento ambíguo que oscila entre o respeito à diversidade cultural, através de uma

alteridade simétrica, por um lado e, por outro, a manutenção da histórica hegemonia do pensamento colonizador. A utilização de estereótipos fixa a música brasileira em uma imagem exótica, étnica e festiva. Apesar de se reconhecer a heterogeneidade desta produção musical, é colocado um claro limite: não são aceitos gêneros musicais semelhantes aos produzidos nos países *ocidentais*, como o rock, o jazz e, até mesmo, o *reggae*. Só é admitida uma *diversidade mestiça* desde que tenha a *cor brasileira*.

Mesmo com a insistência em enquadrar a música do Brasil em determinados padrões, os artistas brasileiros conseguem ultrapassar estas fronteiras e criar propostas inovadoras de qualidade, que acabaram por se tornar universais. A França recebeu muito bem estas novas proposições musicais, como a bossa nova, os artistas tropicalistas Gilberto Gil e Caetano Veloso e a nova música produzida em Pernambuco que tem Lenine como expoente. Em todas estas músicas reconhecemos a aplicação de uma fórmula - tradição e modernidade - desejada pelos agentes culturais franceses. O binômio resolve, em parte, o conflito descrito acima, uma vez que a *modernidade* amplia horizontes e atende à necessidade incessante de apresentar novidades, enquanto a *tradição* garante fixidez da identidade do produto musical.

4.1.1 Brasil, *je t'aime!*

Antes de entrarmos na questão específica da imagem da música brasileira e da música baiana, a primeira idéia que transparece em várias entrevistas é a “simpatia” dos franceses pelo Brasil. Entendemos que este sentimento não pode ser definido como espontâneo e, sim, fruto de um relacionamento desenvolvido ao longo da história que resultou na construção de uma imagem de simpatia mútua. O agente artístico especializado em música brasileira, Frédéric Gluzman, e Stéphane Vatinel, proprietário de duas renomadas casas de espetáculos⁴¹ em Paris, não falam apenas de simpatia e sim de uma relação de amor entre o Brasil e a França:

FG: [...] Tem um espaço para a música brasileira aqui, porque tem uma história de amor entre o Brasil e a França. Esta história de amor... você pode ver que sempre existiu esta história, mas sempre vem em fases, temporadas. [...]

SV: Sim, em Paris, e não apenas em Paris. Tem um lado muito afetivo pela música, pelo universo brasileiro. **Os brasileiros são pessoa que amamos, realmente.** Sobretudo quando vamos ao final da Copa do Mundo (risos). Realmente, falando sério, existe uma verdadeira afeição da parte da população francesa pelo Brasil e, quando fazemos a noite

⁴¹ *Divan du Monde* e *Glaz'art*

brasileira, uma noite a cada dois meses, temos 700 a 800 pessoas que vêm a cada noite.

Esses sentimentos influenciam positivamente o consumo da música brasileira na França, apesar de não serem determinantes. O proprietário da casa de espetáculos *Cabaret Sauvage*, Mezaine Azaïche, sabe que terá garantia de casa cheia quando programa as *Noites Brasileiras*. Frédéric Mazzely, diretor de programação de espetáculos do *Parc de la Villette*, também tem certeza de que o público francês “lota o espetáculo” devido a um “amor verdadeiro dos franceses, em geral, pelas músicas brasileiras, no plural”. Olivier Delsalle, diretor adjunto do Festival Île de France, também debita à simpatia dos franceses pela música brasileira o sucesso de um evento programado pelo festival durante o Ano do Brasil na França:

OD: [...] Eu penso que existe uma simpatia pela música brasileira que é imediata. A jornada no Castelo de Villarceaux, que foi o evento de inauguração do Festival, ao ar livre, que nós fizemos com o tema do Brasil em 2005, **foi um dos eventos de inauguração que tiveram mais pessoas e o mais forte deste ano**. Em todo caso, tem um capital fantástico, imediato [...].

A segunda percepção que provoca empatia nos entrevistados é a identificação do Brasil como um “país musical”. Podemos explicar, desta forma, a supremacia da música na exportação de produtos culturais brasileiros. O agente artístico Jean-Michel de Bie fala da sua surpresa, na primeira viagem que fez ao Brasil, ao encontrar a música presente em todos os espaços da vida cotidiana brasileira e, até mesmo, nos mais impensáveis lugares, na visão de um europeu.

JMB: [...] Eu me lembro do que me tocou imediatamente na primeira vez que fui ao Brasil, eu vi as pessoas nos bancos, no correio, nas repartições públicas, nos lugares onde as pessoas normalmente têm atitudes rígidas, fazer um passo de samba ou batucar com o lápis na mesa. É um país que veicula uma imagem de uma integração com a música em todos os níveis da sociedade, é um país que vive a música [...]

Talvez, nós, brasileiros, não tenhamos a consciência da importância da presença da música em nossas vidas e no nosso cotidiano e não percebamos esta característica que nos diferencia de outras culturas. Não que outras culturas não apreciem música, encontramos hoje, no metrô de Paris ou de Nova York, a maior parte dos passageiros ouvindo música em seus aparelhos portáteis, um pouco autistas, alheios ao mundo. Pode ser que esta seja esta a grande diferença: quando Jean-Michel de Bie fala sobre ter visto alguém fazendo um passo de samba ou batucando com o lápis na mesa de uma repartição, está admirando-se com a interação do brasileiro com a música, que mexe com o corpo e provoca o encontro com o próximo. Nossa análise é de que esta característica peculiar - a integração total da música, envolvendo corpo e

compartilhamento coletivo - é um dos fatores de atração por esta expressão artística brasileira.

A integração social na música brasileira foi ressaltada por alguns entrevistados. Podemos supor que este aspecto, observado pelos franceses, pode agregar valor à mesma, uma vez que estamos interagindo com um país de forte tradição de ativismo sócio-político, atento às questões de injustiça e desigualdade social. Benoit Thiebergien, diretor do Festival *38e Rugissants*, avalia positivamente o papel da música produzida na Bahia no processo de integração social:

BT: [...] Eu conheci Salvador e foi lá que eu entendi que a música é uma tradição viva, **que através da música se cria uma força social, cria uma dinâmica social que eu achei muito importante, muito dinâmica e com grande capacidade de integração**, dos jovens, de todos que têm a oportunidade de participar de uma forma ou de outra do samba ou dos grupos de percussão.

A percepção de Thiebergien nos remete aos estudos das origens do samba, suas transformações e os processos sociais que concorreram para a consagração do gênero como um dos principais textos identitários brasileiros. Hermano Vianna afirma que isto só foi possível porque houve uma integração entre mediadores de diferentes grupos sociais “(negros, ciganos, baianos, cariocas, intelectuais, políticos, folcloristas, compositores eruditos, franceses, milionários, poetas – e até mesmo um embaixador norte-americano)” (VIANNA, 1995, p.151). Sandroni coloca em questão esta abordagem, falando de uma “concepção tópica” baseada na historiografia do samba que considera que o mesmo não teria sido inventado por vários grupos sociais, “ele já existia, confinado às noites da senzala, dos terreiros de macumba, ou dos morros do Rio de Janeiro” e “seria uma propriedade intrínseca da cultura afro-brasileira.”(SANDRONI, 2001, p. 114). Porém o autor conclui, ou não conclui, dizendo que devemos levar em conta as duas visões e “empregá-las dentro de seu âmbito de validade”. Em função do objetivo de nossa pesquisa, nos interessamos pela imagem que o comprador faz do produto musical e consideramos que a integração social provocada pela música é um atributo positivo da música popular brasileira.

4.1.2 Imagens polifônicas

Ao perguntarmos aos entrevistados sobre como poderiam descrever o que chamamos de música brasileira, encontramos várias imagens, que se repetiram nos diversos depoimentos

colhidos. O reconhecimento da diversidade musical, a associação à festa, alegria e ao carnaval, a atração pelo lado exótico e o amor pela bossa nova formaram um mosaico das representações que os franceses fazem da música brasileira, como veremos a seguir.

4.1.2.1 Diversidade mestiça

A diversidade aparece como uma das qualidades principais nas descrições da MPB. O conhecimento, relativamente recente, de tal heterogeneidade deve-se em parte ao trabalho feito durante no Ano do Brasil na França, que tinha como título *Brésil, Brésils*. Mas ao concluirmos as entrevistas, entendemos que esta percepção é, principalmente, fruto do trabalho, desenvolvido ao longo dos anos, pelos artistas brasileiros e operadores culturais franceses, que realizaram, e continuam realizando, ações contínuas e efetivas para divulgar a diversidade da música brasileira. Quase todos os entrevistados iniciaram as descrições ressaltando esta qualidade, utilizando discursos, muitas vezes, idênticos:

MR: **Não posso falar da música brasileira e sim das músicas brasileiras.** Para mim, o Brasil é um caso único de riqueza de musicalidade, de criatividade [...] Então, o que simboliza para mim as músicas brasileiras é esta diversidade, é esta criatividade enorme e essa capacidade de assimilar estas influências exteriores e traduzir esta mistura de uma forma única.[...]

SD: [...] **É tão enorme que não podemos falar da música brasileira. Para mim são as músicas brasileiras,** as músicas do norte, do sul, as músicas ligadas ao samba, tem o rock brasileiro.[...]

Muitos tentaram dar explicações sobre tal fato, relacionando-o, por exemplo, ao tamanho do país e as suas diferentes tradições ligadas às regiões sócio-geográficas, como Frédéric Mazzely. Benoit Thiebergien também irá associar a heterogeneidade musical brasileira às diferentes regiões, ressaltando ainda a limitação da mídia francesa ao tratar da música do Brasil:

BT: Antes de conhecer a Bahia, a imagem que eu tinha da música brasileira era isto: samba, bossa nova e os grandes cantores do tropicalismo. **Quando eu cheguei à Bahia me dei conta que, de fato, tem muitos outros tipos de música no Brasil, que são pouco midiáticos na Europa,** na França, e que são muito populares e muito diversificados em função das diferentes regiões as quais eles pertencem. Eu penso no forró e em outras formas musicais que não eram conhecidas na França e que agora começam a ser conhecidas.[...]

A explicação mais freqüente para a diversidade da música popular é a fusão das diferentes

culturas e etnias que contribuíram para a construção da identidade brasileira. A mestiçagem, considerada como a principal característica da *brasilidade*, é responsável pelo “amalgama doce” encontrado na MPB. O mestiço, bode expiatório dos males nacionais no final do século XIX, apontado como razão do atraso do país. O sergipano Manoel Bomfim, já em 1903, foi o primeiro intelectual a contestar esta idéia, afirmando que não era a formação mestiça do povo que impedia o progresso da América Latina e sim a permanência do modelo de colonização conservadorista, que não permitia as mudanças necessárias. Porém, foi a partir da publicação do livro *Casa Grande e Senzala* de Gilberto Freyre, nos anos 1930, que a idéia de mestiçagem como característica positiva tomou força. Freyre definia o brasileiro como a “combinação mais ou menos harmônica, mais ou menos conflituosa, de traços africanos, indígenas e portugueses, de casa-grande e senzala, de sobrados e mucambos” (FREYRE apud VIANNA, 1995, p.63). Não sabemos se os entrevistados leram Gilberto Freyre, ou talvez tenham ouvido os ecos de suas idéias a partir dos “passeurs”⁴², mas o que emerge claramente é que eles percebem a capacidade do brasileiro de produzir uma música diversa e original a partir da assimilação de múltiplas influências.

OD: Esta é uma grande questão. Acho que **não podemos falar a música brasileira, porque que estou convencido que são as músicas brasileiras.** Com diferentes tipos de origem, de especificidade, seja **em relação às raízes européias, seja em relação às raízes africanas**, que são as duas grandes instâncias, seja também pelas regiões do Brasil: do Nordeste, de São Paulo, do Rio, da Bahia.[...]

BT: [...] Eu acho interessante é que é uma **música de mestiçagem**. Eu que viajo e trabalho com a música africana, **a gente nota que a África está lá, principalmente na música de percussão**. A gente encontra também as formas populares ou tradicionais de Portugal e todas estas influências acabam por criar uma música que encontrou uma identidade, que é facilmente reconhecível em relação a outras músicas do continente americano, e que é o resultado desta **composição de diferentes culturas, de diferentes povos, mas que é sucré⁴³, ou seja a música é sucré culturalmente, que é o que chamamos de sincretismo**. São formas novas, uma nova forma de identidade que vem das diferentes culturas que se encontraram no Brasil ao longo de sua história. E por isso é, verdadeiramente, um país apaixonante.

MR: [...] os músicos brasileiros têm esta capacidade de assimilar, ao longo da história, desde a invasão portuguesa, as várias influências exteriores, combinando com as músicas dos brasileiros originais, que eram **os índios, e dos escravos que foram trazidos da África**.[...]

4.1.2.2 É Festa!

⁴² *Passeur*: palavra francesa, utilizada no contexto artístico-cultural, para designar o indivíduo transmissor de conhecimentos específicos.

⁴³ Mantivemos a palavra em francês. Uma tradução literal para o português, sucré quer dizer adocicado, mas poderíamos traduzir como um amalgama doce.

Ao lado da imagem de diversidade que de certa forma representa um respiro, uma abertura para o acolhimento das diferentes produções da música brasileira, encontramos, com a mesma frequência, a associação à festa, alegria e carnaval. O estereótipo será justificado, muitas vezes, pelo interlocutor, quando diz que fala em nome do “grande público”. Entretanto, podemos concluir, pelo conjunto das respostas e levando em conta a espontaneidade dos entrevistados, que o “espírito da festa” está colado à imagem da MPB. No nosso entender, essa percepção tem como base uma característica real: a presença e a vitalidade da festa nas manifestações culturais brasileiras. A questão se torna problemática quando a imagem se fixa e engessa outras possibilidades, produzindo um estereótipo ao qual os próprios entrevistados chamaram de clichê.

RC: Nas grandes categorias, tem aquilo que chamamos **de música de carnaval, em primeiro lugar. Pode ser que seja um clichê**, mas o que chega mais rápido no espírito das pessoas que não conhecem bem a música brasileira é **a música de carnaval, a música festiva**. Então, o que podemos conhecer ou reter são as **imagens de carnaval**, são estes grandes grupos de carnaval que têm estas grandes batucadas, então é a primeira percepção que é forte. [...]

Olivier Delsalle reafirma a associação “um pouco inconsciente” Brasil = Festa, mas complementa seu raciocínio falando do esforço do programador de um festival, e no caso estamos falando de um festival organizado por uma instituição pública, em mudar esta visão estereotipada e mostrar “outras coisas”, como por exemplo, a cantora Renata Rosa⁴⁴.

Meziane Azaïche é outro programador ressalta as ações que empreende para mostrar um “outro Brasil”. Apesar de imbuído de tal intenção, Azaïche alterna um discurso de aceitação da expansão dos horizontes artísticos da música brasileira com a repetição do estereótipo da festa, da alegria, do mar etc.:

MA: Para mim, a música brasileira é **um espírito de festa, é a alegria**, é convivialidade, é a música mais quente hoje que circula na Europa é uma música muito próxima de... É alguma coisa... o mais **próximo da alma, é convivial, é muito quente, é dançante, é alegre. E não tem só este lado, tem também o lado de música muito trabalhada, muito pesquisada**, muito comunicativa, mas que fica, de qualquer forma, como emoção. Toda a bossa nova e o resto, não é só para fazer a festa, é também para aperfeiçoar a técnica do

⁴⁴ Cantora e rabequeira paulista, radicada em Pernambuco, faz um trabalho influenciado pelas músicas tradicionais deste estado como o maracatu e o cavalo-marinho. Renata inspira-se também nas músicas de matriz indígena e no samba de coco do Baixo São Francisco, em Alagoas.

violão, a técnica da música. É isto, se eu devo descrever a música brasileira, é deste modo que eu a vejo. [...]

MA: [...] O que marcou também como programação de artista brasileiro foi que, no Ano do Brasil na França, fizemos um cabaré que se chamou Copacabaret⁴⁵, que pela primeira vez não foi de forma nenhuma uma música dançante. As pessoas vieram ouvir, ver. **Na verdade, tem outro Brasil, que não tem nada a ver com o Brasil da festa.** Eu trabalho muito com uma artista, a Mônica Passos⁴⁶, ela mora em Paris. Eu produzi o show dela aqui por um mês.

MA:[...] Para os parisienses, **o Brasil, a palavra Brasil, quer dizer festa, sol, o mar, são pessoas tranquilas que adoram fazer a festa**, mas não procuram confusão.

Vimos, no capítulo 2, que uma das principais características do estereótipo, estudado por Homi Bhabha, é a fixidez, o enquadramento do objeto em um esquema rígido, que o aprisiona e restringe (BHABHA, 1998). O congelamento da idéia da música do Brasil como uma música festiva leva, por exemplo, o diretor do *Festival Jazz à Vienne*, Jean-Paul de Boutellier, a convidar apenas os artistas de música popular brasileira, para garantir uma “noite de festa”. Apesar de conhecer e admirar os músicos brasileiros de jazz, Boutellier os exclui da *Noite Brasileira* por fazerem uma música “menos exuberante”.

LV: Quais os critérios que o senhor utiliza para programar um artista brasileiro em seu festival?

JPB: **Não é o mesmo critério para a programação de jazz. Na verdade, os critérios utilizados são muito mais música de festa, então nós vamos buscar uma... O que acontece é que apresentamos muito mais grupos de MPB do que grupos de jazz brasileiros.** Mesmo assim, alguns músicos brasileiros de jazz já passaram por aqui, como Hermeto Pascoal ou Egberto Gismonti, mas é uma música que tem menos exuberância que a outra música. Egberto Gismonti está mais perto da tradição de programação de jazz, então eles são mais programados como formação de jazz do que como música brasileira. Há uma corrente de jazz que está ligada a outras correntes de jazz moderno. Para mim, Hermeto Pascoal é um dos maiores músicos do jazz moderno, ele é brasileiro e utiliza os elementos musicais brasileiros, mas para mim é mais universal. Da mesma forma com outros artistas brasileiros, como Paulo Moura e Egberto Gismonti, são mais conhecidos por pertencer ao universo do jazz. **Mas meu critério para escolher um artista brasileiro no festival é vocal e festa.**

LV:Por quê?

JPB: Tem um público, principalmente, a comunidade brasileira da região, que espera isto. Eu não estou convencido que Paulo Moura ou pessoas assim sejam populares, o mesmo com Hermeto Pascoal e Egberto Gismonti.

Benoit Thiebergien apresentou uma abordagem um pouco mais complexa em relação ao

⁴⁵ Evento que aconteceu no Cabaret Sauvage entre 23 de junho e 10 de julho de 2005, durante o Ano do Brasil França. Apresentou, entre outros, o grupo BossaCucaNova, Roberto Menescal e Mariana de Moraes. Teve como mestre de cerimônias Rémy Kolpa Kopoul

⁴⁶ Cantora, atriz e compositora paulista que vive desde 1980 na França, onde já lançou vários discos. Com um estilo próprio, mistura bossa nova, música popular brasileira e música de vanguarda.

assunto, confirmou a associação com a festa, mas procurou encontrar dentro do espírito festivo um refinamento técnico:

BT Sim, é uma música de festa, mas não quer dizer que não tenha uma **dinâmica de uma música que é muito exigente, difícil de tocar, que necessite de um talento especial e, mesmo assim, é muito alegre, muito festiva**, não é uma música séria, austera como é a música contemporânea aqui. [...]

4.1.2.3 *Exotique*

A associação à festa, alegria e carnaval é uma das principais razões do sucesso da música popular brasileira na França. Frédéric Mazzely nos dá uma pista sobre uma das motivações dos franceses para frequentar os shows brasileiros: a busca pelo exotismo.

FM: [...] E de fato, temos dois exemplos de países que funcionam muito bem, que são o Brasil e a Índia. Quando fazemos eventos com estes países, seja o que for que apresentamos, é um sucesso, **o público francês se identifica, não sei se com a cultura ou com o exotismo, mas também com os ritmos, com as tradições**. E esta é uma particularidade destes dois países, quando fazemos com outros países não é o mesmo sucesso. [...]

Jean-Michel de Bie, agente artístico, irá confirmar a atração do francês pelo lado exótico da cultura brasileira, reproduzindo, ainda hoje, o discurso do mito do *bom selvagem*, criado a partir dos relatos dos primeiros viajantes descobridores do novo mundo, e que, segundo Todorov, representava uma crítica do europeu ao seu próprio modo de vida (TODOROV, 1998).

JMB: Sim, certamente o francês, o europeu de maneira geral, os italianos certamente, os povos latinos, são **muito atraídos pelo exotismo brasileiro e encontram na sensualidade da música de carnaval, com certeza. É também uma procura inconsciente do estado do paraíso natural, nós todos temos a fantasia, e eu também, de estar lá em comunhão com os seres mais puros, mais virgens, mais em harmonia com o próprio corpo, com sua sexualidade, como se nós vivêssemos de uma forma mais intelectual, mais neurótica, enquanto o brasileiro vive de uma maneira mais animal ou mais instintiva**. Isto também pode ser é um clichê, é difícil separar o que é clichê, eu conheci brasileiros que são muito longe deste clichê, claro, mas é a imagem geral, tem sempre uma imagem que predomina.

A descrição de Jean-Michel de Bie também revela a função de fetiche exercida pela música brasileira, ao associá-la à sensualidade. A mesma operação será feita pelo proprietário de duas renomadas casas de espetáculos em Paris, Stéphane Vatinel, que confirma a imagem exótica associada ao Brasil - lembrando os gestos de Carmen Miranda – e também sugere o caráter

sensual da música ao falar da forma de dançar das mulheres brasileiras.

SV: Em geral, é a praia, a areia branca, a música com a batucada na beira do mar, as mulheres que dançam rebolando e “nanananahn Bahiaaahhh!” (canta um pedaço de Aquarela, imitando os gestos de Carmen Miranda). Nós estamos perto desta caricatura. **Então, sim, é absolutamente exótico.**

A associação do Brasil ao exotismo também aparece na avaliação das performances brasileiras. Mais uma vez, vemos, claramente, que a atração é pelo *diferente*, como podemos aferir na resposta de Frédéric Mazzely sobre os shows de Carlinhos Brown:

LV: O senhor usou a palavra *exotique* agora há pouco, em um show de Carlinhos Brown, por exemplo, esta palavra pode ser empregada?

FM: Sim, **eu acho que tem uma forma de exotismo.** Eu me lembro que quando Carlinhos Brown se apresentou aqui. Foi muito alegre, muito bom, as pessoas adoraram, se entusiasmaram, tinha muita gente. Eu acho que ele tem uma grande capacidade de ter uma relação forte com o público, tem uma presença em cena que é muito forte, mas **é verdade que tem um lado de exotismo, que agrada muito ao público.** É pela performance, pela apresentação, pela maneira de dançar, de se exprimir, o ritmo é muito diferente de nós. Eu acho que é isto que nos agrada.

O jornalista Remy Kolpa Kopoul reafirma a atração do francês pelo lado exótico da música do Brasil, mas ressalta a capacidade da própria música brasileira de quebrar este estereótipo, elaborando propostas mais ricas tanto cultural quanto musicalmente.

Já Olivier Delsalle e o representante do selo brasileiro Biscoito Fino, Stéphane Delangenhagen, rejeitaram este tipo de abordagem. Olivier Delsalle não aceita o termo exotismo por associá-lo a uma idéia pejorativa, o que não foi declarado explicitamente pelos outros entrevistados.

4.1.2.4 Bossa Nova e Samba

A capacidade de criar proposições mais ricas em termos musicais, destacada por Remy Kolpa Kopoul, encontra na bossa nova um dos seus exemplos mais bem sucedidos. A bossa nova permitiu que a música brasileira deixasse de ser consumida apenas por seu lado exótico e fosse apreciada também pelo refinamento artístico e técnico. A França foi sensível a esta mudança de paradigma e a maioria dos entrevistados, ao referir-se aos gêneros musicais identificados como música brasileira, falou primeiro sobre bossa nova e samba, quase sempre nesta ordem. O que nos leva a sugerir uma possível supremacia da bossa nova no imaginário

francês, quando se trata de gênero musical brasileiro. Jean-Paul de Boutellier afirma que a bossa nova é a música popular mais ligada ao Brasil, já Benoit Thiebergien considera que a música do Brasil tem dois clichês: a bossa nova e o samba. Ronan Corlay falará da bossa nova e do samba como elementos identitários da cultura musical brasileira:

RC: [...] A segunda percepção⁴⁷ é a percepção **bossa nova e samba, que são as duas grandes correntes musicais que são conhecidas através do mundo**, e que o público de diferentes países certamente identifica em primeiro lugar.

Méziane Azaïche irá aludir claramente à quebra de paradigma causada pela bossa nova, reconhecendo a evolução musical e o aprimoramento técnico alcançados por este gênero.

MA: [...] E não tem só este lado⁴⁸, tem também o **lado de música muito trabalhada, muito pesquisada, muito comunicativa**, mas que fica de qualquer forma como emoção. **Toda a bossa nova não é só para fazer a festa, é também para aperfeiçoar a técnica do violão, a técnica da música.**

O samba foi citado por Marc Régnier e Stéphane Delangenhagen, dois especialistas em música brasileira, como o gênero mais conhecido. Talvez por terem maior conhecimento e saberem da importância do samba na história da origem da música do Brasil, os dois profissionais deram ao gênero o papel de protagonista na cena musical brasileira.

De qualquer forma, encontramos uma unanimidade no reconhecimento desses dois gêneros como brasileiros. Gostaríamos de ressaltar uma observação feita por Olivier Delsalle sobre a hegemonia da bossa nova que, segundo ele, é uma das razões para o desconhecimento do público francês da diversidade da música brasileira durante tanto tempo. Delsalle sugere que não interessava à indústria cultural, particularmente à indústria fonográfica, mostrar esta diversidade, uma vez que já estava obtendo enorme rentabilidade com a bossa nova.

OD: O que é conhecido do grande público é a MPB, a Bossa Nova que explodiu, que é universalmente conhecida pela qualidade, pela originalidade, pela especificidade musical, mas ela escondeu da cena internacional toda a riqueza musical do Brasil que ficou pouco conhecida. Brasil é igual a carnaval e Bossa Nova e não tem mais nada. Acabou ocultando todas as tradições populares, ocultar toda a música do nordeste, que existe agora um grande interesse por essa música. **Tudo isso ficou ocultado por este grande movimento musical que, economicamente foi muito viável, extremamente rentável, com a exportação de discos.**

4.1.3 Fronteiras

⁴⁷ A primeira percepção foi música de carnaval.

⁴⁸ O lado festivo.

4.1.3.1 Limites

A recorrência de referências à riqueza da diversidade brasileira esbarrou em uma pergunta concreta sobre que gêneros *não* são considerados como música brasileira. Algumas respostas nos mostram que a “diversidade” da música brasileira tem um limite. Apesar de reconhecerem que o rock, o jazz e o reggae são também produzidos no Brasil, encontramos afirmações enfáticas de que estes gêneros não são considerados como música brasileira e, portanto, não provocam o interesse do público francês. Alertamos que algumas afirmações podem surpreender os brasileiros, ou até mesmo causar uma certa vertigem, não apenas quanto às restrições em relação às produções artísticas brasileiras, mas, também, quanto à nossa localização no mundo, como no diálogo travado com Frédéric Mazzely:

FM: [...] Mas, para voltar à questão em relação ao rock, intuitivamente, eu diria que no momento, nos festivais de rock na França que vemos a torto e a direito, eu diria que **é mais identificado a um estilo ocidental, americano, inglês, um pouco europeu e de fato só vai até aí. Todo o resto vai entrar no registro que é *world music***. Mesmo se fizéssemos um show de rock brasileiro, entraria neste gênero, então, para mim, **acho difícil encaixar o rock brasileiro nos festivais de rock daqui**.

LV: Por quê?

FM: Porque tem uma cultura, **para nós ocidentais**, nós nos banhamos numa cultura, depois dos anos 60, numa cultura rock que é mais americana, inglesa, é a razão principal. E tudo que se faz em termos de criação, em termos de rock, nestes países continua ainda a dominar largamente o mercado e a ser apresentados nos festivais. Por exemplo, **no próximo festival Villette Sonic deste tipo de música que eu vou fazer, 70% a 80% será de produção americana e inglesa**.

LV: E isto acontece com a música eletrônica e o hip hop produzidos no Brasil também?

FM: Sim, eu sei que tem o DJ Dolores, tem outro DJ que fez sucesso aqui (não lembra o nome). **Mas continua como uma coisa marginal, porque o que domina é ainda, no domínio da eletrônica, são os franceses, que vão muito bem e depois muitos americanos e os europeus**. Mas, na França, há um hábito, em geral, que **tudo que é rock é feito na Inglaterra e nos Estados Unidos e tudo que é de outros países é mais no domínio da *world music***. Então, você vai encontrar nos festivais *world music* os músicos e grupos brasileiros, mas também sul-americanos, latinos, africanos, que fazem parte do gênero *world music*, mas se for rock será difícil de existir aqui. **Quando falamos de rock aqui é mais uma essência ocidental mais que sul-americana. Da América do Sul esperamos mais coisas que são de estilos muito diferentes, ao contrário**.

Sabemos que a própria noção Oriente-Occidente é uma função cognitiva criada por um grupo social que se autodenominou *Occidente* (MOURA, 2001). Alguns autores, como Edward Said e Homi Bhabha, irão tentar desvelar o binômio Oriente-Occidente mostrando como o aparato do poder colonial fixou a imagem do *oriental* como “um *outro*, mas ao mesmo tempo apreensível e visível” (BHABHA, 1998, p.111). O que nos surpreende é que, enquanto

brasileiros, nos acostumamos a ser considerados como ocidentais⁴⁹.

Mesmo sem a veemência do “ponha-se no seu lugar”, vários outros entrevistados vão relacionar o rock e o *hip hop* à cultura anglo-saxônica, como Stéphane Vatinel e Jean-Michel de Bie. Este último apóia-se na experiência profissional e não em conceitos pré-estabelecidos, para ilustrar a falta de interesse do público francês em relação a proposições “fora da expectativa”.

JMB: [...] Eu me lembro de ter apresentado um grupo de rock no meu festival brasileiro em Bruxelas, **os Paralamas do Sucesso, não tinha ninguém no show** [...] é muito difícil ser competitivo com os americanos e ingleses. Eu me lembro que os Paralamas faziam a primeira parte dos shows da turnê internacional de Brian May, guitarrista do Queen, e simplesmente a EMI pagou tudo, as viagens, os cachês dos shows para apresentá-los ao público europeu. Eles fizeram esta experiência e não venderam discos depois.

Frédéric Gluzman levanta a questão, absolutamente relevante, sobre a reserva de mercado para a música francesa, aliada à influência massiva da indústria cultural anglo-americana. Ou seja, além da própria resistência cultural da Europa em aceitar produtos artísticos *semelhantes* aos europeus vindo de outras partes do mundo (não ocidental), o artista brasileiro encontra uma barreira de proteção ao produto francês e anglo-saxônico:

FG: [...] Eu estava falando sobre o hip hop, por exemplo, o segundo mercado do mundo, depois do EUA, para o *hip hop* é a França. É muito grande este mercado, de produção, de artista tudo. Então, quando eu entrei com o Marcelo D2, para mim, se o mercado é grande para o hip hop, se ele é uma figura importante do *hip hop* no Brasil, a gente vai juntar isto e fazer esta mistura juntos. **Mas não, porque você não vai entrar na rádio hip hop na França com o artista brasileiro, porque quem vai entrar nesta rádio primeiro é o hip hop francês e depois os rappers americanos, todos os grandes rappers americanos, claro que tem acesso, para vender discos. Então, nosso “pobre” Marcelo D2, que eu adoro, ele não podia entrar nas rádios que tocam hip hop, porque está vindo de outro país [...]**

4.1.3.2 Cor brasileira

Encontramos, porém, discursos mais abertos em relação à questão, uma aceitação maior, desde que estes gêneros, considerados “ocidentais”, tenham a “cor brasileira”. Então, o rock, a música eletrônica, o jazz e até mesmo o reggae, são bem recebidos por parte dos entrevistados quando incorporam, harmonicamente, elementos identitários da música brasileira. Os ritmos, as melodias, os sons dos instrumentos típicos, os arranjos, a forma de tocar e de cantar característicos do Brasil devem ser reconhecidos dentro dos gêneros que tradicionalmente não

⁴⁹ A questão é que se nós não somos ocidentais, tampouco orientais somos (apesar de termos sido confundidos com a Índia, em 1500). Diante das declarações de Mazzely, cabe a pergunta clichê: quem somos nós?

são considerados como brasileiros. Esta condição será colocada por Bernard Aubert, diretor do Festival *Fiesta des Suds* e do fórum *Babel Med Music* em Marselha e por Jean-Michel de Bie:

LV: O senhor se interessaria por rock ou música eletrônica feita na Bahia?

BA: Sim, mas tem que estar situada lá. [...] **Então penso que a música brasileira tem que conservar uma especificidade brasileira, em relação aos arranjos, aos instrumentos e é isto que estamos buscando quando convidamos artistas brasileiros.** Depois eu sei que tem grupos que a gente não reconhece que sejam brasileiros, exceto pela língua. Tem grupos de rock brasileiro que são muito interessantes, mas que atingiram o nível de grandes estrelas internacionais. Mas é verdade que a reação do público e para nós, os programadores, **é encontrar o som, os instrumentos, a forma brasileira de cantar as músicas, qualquer que seja a região, seja em Salvador ou no Rio.**

LV: E sobre o reggae, o senhor acha que o reggae brasileiro provoca interesse aqui na França?

JMD: **Acho que o reggae, quando está “abrasileirado”, pode ser interessante,** com os instrumentos de percussão brasileiros, com pandeiro etc. Se for o reggae tradicional, de novo caímos em uma música de outro país, é uma música de raiz africana e todo mundo tem o direito de fazer reggae, **mas não é uma música, a princípio, brasileira.**

LV: E o jazz?

JMD: Para o jazz, é muito complexo como questão. O jazz é meu *métier*, 80% do que eu produzo é jazz, o jazz foi, às vezes, nutrido da música brasileira, teve a época da bossa nova, teve a colaboração de Stan Getz com João Gilberto, mas tem também, vice-versa, **a música brasileira faz um jazz tipicamente brasileiro, lá podemos dizer que teve uma verdadeira integração.** [...] Hermeto Pascoal trabalhou muito na Europa, ele agradou talvez pelo lado de espetacularidade no palco, com a banda que desfila pela platéia no fim, com as garrafas, com um jogo de cena extremamente vital, com uma grande vitalidade e uma grande virtualidade. Mas o que é tudo isso? **É o jazz como um amálgama com o choro, com o forró, o baião, talvez mais do nordeste, mas tem também a bossa nova e outra música brasileira. Eu não gosto muito os músicos brasileiros que são “muito jazz”, de novo voltamos para aquela questão, quando eles copiam.**[...] Sérgio Mendes manteve elementos brasileiros, ele fez um disco com Carlinhos Brown que é interessante, **talvez o mais interessante de todos porque ele realmente tinha uma vontade de misturar seu jazz com a música da Bahia e Carlinhos Brown. O resto não me interessa muito, como o Gandelman, eu acho que ele perdeu sua “roupa brasileira”, não perdeu tudo, mas eu acho que ele ficou no meio termo.** [...]

4.1.3.3 Além do horizonte

O reconhecimento da diversidade da música brasileira tem, portanto, um limite, que às vezes admite uma brecha, desde que seja uma *diversidade mestiça*. O posicionamento restritivo vem, aos poucos, tornando-se menos rígido e já podemos observar uma expansão no sentido de aceitar uma liberdade total para as criações musicais brasileiras. Meziane Azaïche resume bem essa postura quando fala sobre a evolução da nossa música e dos esforços dos artistas do Brasil para ir além dos estereótipos, contudo guardando a identidade brasileira:

MA: A música, eu acho que ela evoluiu no Brasil e no mundo inteiro e o Brasil não é mais o mesmo. O Brasil avança com o mundo. **A música brasileira hoje, nós não podemos dizer, isto não é a música brasileira porque eles perderam um tipo, bom nós os enquadrámos e eles perderam este enquadramento, eles saem do enquadramento.** Melhor para o Brasil, para os brasileiros e para a música, mas é impossível não reconhecer a música brasileira, **mesmo quando eles saem do enquadramento, tem sempre o perfume do Brasil.**

Ronan Corlay e Stéphane de Langenhagen têm um posicionamento ainda mais aberto diante das inúmeras possibilidades de criação. Suas colocações representam um avanço e, no nosso entender, um alento para quem produz, no Brasil, uma arte que está fora dos tradicionais padrões que identificam a música brasileira, contudo alertamos que apenas estes dois entrevistados apresentaram esta visão expandida sobre as potencialidades da produção musical no Brasil:

RC: **Não acho que tem limite na música brasileira, tem pessoas que já vieram aqui e nos mostraram hard rock, ou metal.** Assim como tem música eletrônica ou o hip hop, que vai muito bem no Brasil. **Eu acho que todas as músicas são possíveis no Brasil, que é muito identificado como um país de música.**

SD: A música brasileira tem a facilidade de integrar as músicas do mundo, o rock, o rap, a música indiana, a música tradicional de não importa aonde. **Fica difícil de dizer que um ritmo não pode ser brasileiro.** Foi enormemente influenciada pela música europeia. **Existe uma enorme influência da musical ocidental, o rock, a música eletrônica, que não é típica música brasileira, mas existe como música brasileira.**

4.1.4 Identidade Tropical

4.1.4.1 Tropicalismo

Após a bossa nova, o Tropicalismo surge radicalizando a ruptura do enquadramento da música brasileira aos padrões estabelecidos na época, a década de 1960. Tratava-se da continuidade da evolução - ou até mesmo de uma revolução⁵⁰ - da música brasileira, um projeto destinado a inseri-la no mundo como uma expressão artística universal, derrubando os clichês que a fixavam no universo do exótico. Mesmo que a aceitação desta proposta venha acontecendo de maneira lenta e desigual, como pudemos atestar pelas diferentes colocações dos entrevistados, consideramos que o movimento foi, e é, fundamental para a mudança de paradigma. O Tropicalismo parte da modernidade da bossa nova na direção dos experimentos da música de vanguarda, incorporando, neste trajeto, a cultura pop, especialmente o rock, a

⁵⁰ Como indica o sub-título do livro *Tropicália, uma revolução cultural brasileira* (BASUALDO, 2007)

música popular tradicional, referenciando-se aos sambas da década de 30 e 40 e à música de Luiz Gonzaga e até mesmo à cultura, considerada *kitsch*, quando gravam, por exemplo, *Coração materno*, de Vicente Celestino. Caetano, Gil, Tom Zé, Torquato Neto e Capinan apontaram para novos rumos estéticos, no final da década de 1960, que serão seguidos efetivamente por outros músicos (e até mesmo por poetas) na década de 1970 (FERRAZ, 2003). Mas esta influência não se esgotou nos anos 1970 e, a nosso ver, continua até os dias de hoje. O músico pernambucano Lenine, por exemplo, assume a influência do Tropicalismo em seu trabalho. Gilberto Gil continua a considerar-se um tropicalista, tanto como músico, como quanto Ministro da Cultura do Brasil.

Os entrevistados, principalmente quando falam em nome do público, não reconhecem o Tropicalismo como um movimento musical brasileiro, mas ao citar nomes de artistas brasileiros ou ao responderem sobre que artistas têm público cativo na França, Gilberto Gil foi o primeiro a ser lembrado, seguido de Caetano Veloso. Ou seja, apesar do nome do movimento não ter sido fixado pelo público francês, a proposta artística foi, de certa forma, assimilada a partir da produção musical dos tropicalistas Gilberto Gil e Caetano Veloso. Benoit Thiebergien será um dos poucos a tentar descrever a essência do Tropicalismo, tendo como referência os nomes dos dois artistas baianos:

BT: [...] Depois houve as **grandes figuras do tropicalismo, Gilberto Gil e Caetano Veloso** e os outros que eu conheci um pouco mais tarde, e que, para mim, é um movimento musical antenado com sua época, ou seja, envolvido em um tipo de movimento um pouco alternativo. Havia a forma musical e artística de um movimento maior que buscava de uma alternativa à música erudita, à música típica, à música folclórica.

É inegável a prevalência da imagem dos dois artistas quando se trata de música brasileira na França. Apenas um entrevistado não citou o nome de um dos dois tropicalistas. Segundo Frédéric Gluzman, se for feita uma pesquisa junto ao grande público francês sobre quais artistas brasileiros são conhecidos, o primeiro nome a ser lembrado será certamente Gilberto Gil. Para Stéphane Delangenhagen, Benoit Thiebergien, Jean-Michel de Bie e Regina del Papa, os dois artistas baianos têm um público fidelizado e são garantia de “casa cheia”.

4.1.4.2 Tradição e Modernidade

Uma das operações utilizadas pela bossa nova e pelo Tropicalismo - a soma da tradição à

modernidade - é uma fórmula muito bem-vinda no cenário da *musique du monde*. Muitos entrevistados demonstraram interesse e, até mesmo, desejo em trabalhar com novas propostas artísticas brasileiras, mas esse sentimento não é ilimitado; o que se espera das novas criações musicais - que queiram propor-se como tal, na França - é o atendimento ao binômio tradição e modernidade:

BA: [...] Um lado moderno, como aqui em Marselha. **Um lado moderno, mas também tradicional**, que tem uma origem, de algum modo africana, etc. etc. ... Mas que também é capaz de fazer o rap, a música eletrônica, o funk e isto interessa enormemente o público francês. [...]

MA: **O Brasil para mim é a música tradicional, sobre a qual as novidades se apóiam. Toda a música eletrônica, um pouco aquela que vem do Brasil, utilizam as tonalidades dos músicos tradicionais** e para mim não há nada de mais criativo do que pesquisar a música nas próprias origens. E as origens da música brasileira são uma coisa muito forte e de repente **tudo que vem da música atual está apoiado no tema da música tradicional**. [...]

Lenine, por exemplo, é um artista associado a uma nova música brasileira, que não encontra ainda um rótulo, mas atende à fórmula descrita acima. Sua música de acento regional é identificada como música pernambucana e abriu portas para outros artistas de Pernambuco. Misturando rock, coco, *soul* e baião, Lenine é uma referência musical brasileira, hoje, na França, tanto como qualidade artística como em termos de construção de carreira, mas ainda tem problemas para alcançar o grande público.

RP: [...] O Lenine é um exemplo de música que não tinha ainda um título, não existia esse estilo, tinha o Mangue Beat, mas poucas pessoas conheciam. Havia o ritmo, mas poucas pessoas conheciam. Então, quando o Lenine chegou foi um trabalho de base. Agora, colocar isso com qual estilo de música brasileira? Hoje a gente sabe **o que é música pernambucana, é música moderna misturada com música tradicional**.

BA: [...] surpreendentemente nós temos problemas com a nova música brasileira, **pessoas como Lenine, pessoas assim são conhecidas na França, mas não por uma larga escala de público**.

4.1.4.3 É preciso identidade

Muitos entrevistados fizeram referência à necessidade de definição de uma identidade, seja nacional ou regional, no setor de *musique du monde*; este será um dos critérios utilizados tanto por Bernard Aubert como por Marc Régnier ao escolher os artistas com os quais irão trabalhar:

BA: [...] não importa qual o país que você escolhe para convidar um artista, nós buscamos programar o que é a base da música deste país. **Porque cada país tem uma originalidade e,**

na minha opinião, deve ser preservada, no senso estrito do termo. [...]

MR: Quando eu escolho uma banda para trabalhar, aqui, em termos de musicalidade, **tem que haver uma especificidade brasileira**, mas isto é uma noção muito ampla, é muito mal definida, é difícil de definir pelo menos. [...]

No caso da música brasileira, que já tem uma identidade nacional garantida, a necessidade de identificação passa a ser por região. Jean-Michel de Bie nos dá um exemplo concreto da importância de ter tal marca regional, ao comentar a dificuldade de desenvolver a carreira de Chico César, na França:

JMB: Eu trabalhei com Chico César, ele é um artista que eu gosto muito. Mas ele tem um perfil muito particular, ele mora em São Paulo, o que é um inconveniente, **porque São Paulo não tem uma marca musical. O samba está ligado ao Rio, o nordeste tem o forró, o baião, o Rio Grande do Sul tem sua música característica, Salvador tem uma música bem típica também, mas São Paulo não tem identidade**, [...] Ele é mais convincente quando faz a música do nordeste. [...]

Antes de passarmos à investigação sobre a imagem da música baiana na França, reiteramos a ênfase de Bernard Aubert quando afirma “[...] **é preciso marcar a presença do Brasil, ou do estado da Bahia, é preciso se diferenciar** [...]”.

4.2 IMAGENS DA MÚSICA BAIANA NA FRANÇA

A segunda questão investigada na pesquisa empírica - e que é o núcleo do nosso objeto de estudo - foi a imagem que os produtores franceses fazem da música produzida na Bahia. Esta pergunta nos pareceu, durante o desenvolvimento do estudo, um tanto pretensiosa. Afinal estamos tratando de uma pequena região, que não é hegemônica em termos políticos ou econômicos, de um país da América do Sul, país este, que, como vimos acima, não está localizado, no imaginário francês, no Ocidente e tampouco no Oriente. No âmbito do mercado musical internacional, a música popular brasileira está enquadrada na categoria *world music*, competindo com todo um continente, a África; com grupos de países, como a região dos Balcãs e sua a música cigana; com países como Cuba e Índia, e ainda, com regiões européias, como a Catalunha e a Andaluzia, apenas para citar alguns exemplos. Desta forma, a pergunta “Como o senhor descreveria o que chamamos de música baiana?” - mesmo endereçada a profissionais franceses que trabalham com *musique du monde* - pode parecer uma enorme presunção.

Contudo, pudemos constatar que a palavra *Bahia* faz sentido para todos os entrevistados, mesmo que alguns não identifiquem um tipo específico de música associado ao lugar. A *etnicidade* - imagem primordial -, o carnaval com os trios elétricos, a *axé music* e os renomados artistas baianos são os elementos que dão especificidade à música produzida na Bahia, na visão dos entrevistados.

4.2.1 Viva a Bahia-iá-iá!

LV: E quanto à música produzida na Bahia?

SV: Como nós não entendemos português e escutamos nas letras **a palavra Bahia, que quase se tornou uma expressão idiomática da “língua brasileira”**. Quando a gente ouve as músicas sempre tem a palavra Bahia. Então Bahia, para nós, sim... Mas identificar como um estilo musical particular, acho que 98% da população não é capaz de saber a diferença. Só os melômanos, as pessoas que estão profundamente ligadas à música, irão saber a diferença[...]

Luís Américo Lisboa Júnior transcreve as letras de 272 sucessos em que se fala da Bahia, em um estudo sobre a presença do estado na música popular brasileira (MOURA, 2001). O estudo engloba apenas o período entre 1904 e 1964, não alcançando o Tropicalismo e a *axé music*, que também vão fazer freqüentes referências à Bahia. Essa presença constante acaba por surtir o efeito experimentado por Vatinel, ao considerar a palavra Bahia dotada de significação específica no “idioma brasileiro”.

4.2.2 África!

A maioria dos entrevistados, ao identificar a Bahia, vai fazer uma associação direta com a África e com a influência da cultura trazida pelos escravos, na música baiana. Stéphane Delangenhagen quando pensa na Bahia, pensa em música afro-brasileira e cita Araketu, Olodum, Carlinhos Brown e a *axé music*, como representantes desta música. Benoit Thiebergien percebe a presença da África em uma “música mestiça” e Olivier Delsalle reconhece vários elementos da cultura africana na paisagem da Bahia. O protagonismo da percussão na música da Bahia transparece nos discursos:

OD: Eu não tenho referência de nomes de grupos, etc. Mas, para mim, a Bahia é **o berço da cultura afro-brasileira, posso ser muito esquemático. Para mim, Bahia é o Brasil africano, é o candomblé, são os orixás, é tudo isto, é toda esta cultura. É a música**

percussiva. Sim, para mim a Bahia é sobretudo a percussão. Este é meu sentimento, talvez seja um preconceito, ou uma predisposição, mas para mim são as raízes africanas do Brasil.

BT: [...] Eu acho interessante é que é uma música de mestiçagem. **Eu, que viajo e trabalho com a música africana, a gente nota que a África está lá, principalmente na música de percussão.** [...]

A associação da Bahia à cultura africana, feita pelos entrevistados franceses, confirma a tese de que o “texto da baianidade” apóia-se, fortemente, na etnicidade, porém devemos estar atentos às observações feitas por Milton Moura: “o étnico coincide normalmente com o outro, na acepção de bárbaro, estrangeiro, estranho, ou mesmo o simples diferente” (MOURA, 2001, p.). Corremos o risco de cair novamente na simples atração pelo exótico. Entretanto, individualizamos discursos de respeito à diversidade cultural, no caso em relação à questão étnica:

RKK: [...] no Ano do Brasil na França, neste show que eles fizeram na Bastilha, [...] **o momento mais comovente para mim foi quando o Ilê Aiyê subiu no palco e tocou com a Daniela Mercury e, para mim, assistindo o Ilê Aiyê na Praça da Bastilha, na frente da coluna... O Ilê, que é um símbolo da cultura negra baiana, na Praça da Bastilha, que é um símbolo da Revolução Francesa. O símbolo foi muito forte.**

O discurso de RKK⁵¹ sobre a força da união de dois símbolos - a presença de um bloco fundado e mantido por descendentes de escravos na praça que representa, para a civilização ocidental, um símbolo da luta pela liberdade e cidadania - tem um conteúdo político que está longe de ser considerado como uma imagem estereotipada. A fala de RKK segue a linha iniciada pelos intelectuais franceses após a Primeira Guerra Mundial, quando passaram a olhar as sociedades *não ocidentais* com outros olhos. O interesse étnico dos artistas e intelectuais refletia o desejo de considerar outras possibilidades de viver e de se organizar socialmente, pondo em dúvida o modelo hegemônico europeu.

A postura ambivalente - de um lado um relativismo cultural com possibilidades de simetria, e, de outro, a resistente concepção de hegemonia do colonizador em relação ao colonizado - transpareceu ao longo de toda a entrevista, e, muitas vezes, na voz de um mesmo entrevistado. Marc Régnier, por exemplo, reconhece a questão étnica baiana falando do “orgulho da raça negra”:

⁵¹ É assim que Rémy Kolpa Kopoul assina seu nome, ou ainda com R2K.

MR: Tem uma coisa que eu gosto muito na Bahia: é o orgulho das pessoas, especialmente **o orgulho dos negros, a postura dos negros em Salvador me agrada muito**. Num país que sofre de uma forma bem específica. No Brasil eu não vejo um racismo como pode existir aqui, mas ele existe de fato. **Há uma discriminação racial e social, é evidente**. Tem mais negro na favela do Rio do que branco [...] O que eu gosto em Salvador é o orgulho do negro [...]

Mas, o mesmo Marc Régnier reproduz um discurso estereotipado ao descrever a imagem descontextualizada que faz das performances baianas:

MR: **A partir do momento que vejo uns negões pintados com os tambores enormes, batucando e dançando, isto é muito... tem pinta de baiano.**

4.2.3 Carnaval

Junto à ênfase da presença da cultura africana como característica fundamental da música baiana, encontramos também a associação à música de festa, de carnaval. Para alguns franceses a música brasileira confunde-se com a música da Bahia, principalmente para os que freqüentam o país e o carnaval baiano. O depoimento de Regina del Papa sobre o assunto é contundente:

RP: (...) O DJ tocava Tim Maia, Adoniran Barbosa e havia franceses que chegavam e perguntavam: **“Quando você vai tocar música brasileira?”**. **Porque, para eles, música brasileira era música baiana, porque a referência é o carnaval da Bahia**. Até hoje, tem um público que vem nas *Noites Brasileiras* e vem nos shows e, quando o DJ faz a intervenção, ele pede a música baiana, porque, para esse público, **a música brasileira é a música baiana**. Até hoje, isso existe aqui. **Tem o público típico francês que vai todo ano ao Brasil, para o carnaval da Bahia, e que espera a música baiana.**

A associação da música baiana ao carnaval é corroborada por Bernard Aubert, que convidou integrantes da associação carnavalesca Afoxé Filhos de Ghandy para participar de seu festival, em Marselha. Aubert também testemunha o interesse do público francês pelo carnaval baiano.

Regina del Papa informa, também, que o tipo de música baiana que seu público pede, nas *Noites Brasileiras*, é a *axé music* e vai citar as bandas baianas de carnaval, Chiclete com Banana, Banda Eva, Cheiro de Amor e as cantoras Daniela Mercury e Ivete Sangalo como representantes de tal música.

Alguns dos especialistas em música brasileira, que entrevistamos, têm restrições à *axé music*,

tanto em termos de gosto pessoal, quanto à possibilidade de conquistar uma posição estável no mercado de *musique du monde*, na França. Jean-Michel de Bie ilustra bem esta posição:

JMB: O outro lado na música baiana [...] é a música muito popular baiana, uma música de consumo, talvez para se distinguir do samba se quis fazer uma música própria na Bahia. **A axé music, esta espécie de música pop baiana, para nós, é mais difícil de gostar, de conhecer, porque ela é muito imediata e talvez muito efêmera.** Eu trabalhei com Daniela Mercury, por exemplo, que faz uma *axé music* inteligente, porque ela mistura este pop baiano com outras influências, ela é uma grande cantora, uma grande artista. Mas ao mesmo tempo tem este ritmo mais simples, mais fácil, mais imediato, que, tipicamente, para os europeus está inscrito em um fenômeno de moda. Para pegar o caso da Daniela Mercury, ele se beneficiou de uma onda de sucesso na Europa, acho que foi durante a Copa do Mundo em 1998, e neste momento ela era muito popular, mas hoje se ela vier na França, não em Paris, mas numa cidade do interior, ela vai ter um público de 300 a 400 pessoas, porque ela não conseguiu constituir um público em torno dela.

JMB: Eu me lembro que quando fui a Salvador com os jornalistas belgas, tinha um produtor o Daniel Rodrigues que representava várias bandas de axé, Banda Mel, Banda Eva, etc, que, como eu disse antes, **para nós é muito pop e efêmero e que não entrava na qualificação que os jornalistas belgas tinham da MPB.**[...]

SD: [...] Em todo caso, **a imagem da música baiana tem uma imagem pejorativa para quem conhece a Bahia. Por exemplo, aqui, há pouco tempo teve um disco que era distribuído todos os anos por um importador, que era Axé Bahia**⁵². Bom, não era o melhor da música da Bahia e dá uma imagem muito ruim do que é feito como música, lá.

Frédéric Gluzman e Rémy Kolpa Kopoul são mais enfáticos e sucintos quanto ao assunto, eles não gostam da *axé music*, acham repetitiva e não acreditam que vá funcionar na França.

4.2.4 Eu vim da Bahia

É o próprio RKK que vai voltar ao tema da diversidade, ao dialogarmos se existe *música baiana*. O jornalista inicia o diálogo apresentando desinteresse sobre o assunto, mas ao citar a lista de renomados artistas baianos, incluindo os blocos afro-baianos, acaba por concluir que este variado mosaico garante uma “forte especificidade” à música produzida na Bahia ou por artistas baianos:

LV: Mas o senhor acha que existe uma diferenciação entre música brasileira e música baiana?

RKK: Não sei e nem quero saber... **O que existe é uma identificação muito grande dos baianos com sua própria cultura, existe o orgulho de ser baiano.** Assim como existe o orgulho de ser pernambucano.

LV: Por falar nisso, o senhor não acha que os pernambucanos estão trabalhando melhor do que os baianos na difusão da música deles?

RKK: Com certeza, eu acho que hoje em dia está acontecendo mais. Para mim, é muito

⁵² Série de discos lançada na França anualmente, a partir de 1996 com o nome Axé Bahia, inicialmente os discos eram lançados pela Polygram e depois pela Universal Discos.

mais rico Pernambuco do que a Bahia.

LV: Está sendo mais divulgada a riqueza de Pernambuco do que a riqueza da Bahia.

RKK: É verdade que tem artistas únicos na Bahia, que eu já disse agora: Dorival Caymmi, João Gilberto, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Tom Zé, Bethânia, Gal, Margareth, Daniela Mercury, Carlinhos Brown, os blocos afros, **sim, tem uma especificidade muito forte e tem figuras fortíssimas**. Mas, em termos de música baiana hoje em dia, por exemplo, eu acho que tem, se não tivesse estes artistas que ficam sempre na frente... Bom, Carlinhos Brown e Daniela já são quarentões. Margareth Meneses já tem quase... e depois, o que tem? Eu diria que não chegou nada de novo.

As observações finais do jornalista sobre a ausência de novas proposições musicais baianas na cena francesa serão tratadas mais adiante, mas antes gostaríamos de nos deter em um detalhe da lista apresentada. Rémy Kolpa Kopoul, conhecedor da música brasileira, não tem dúvida em citar os tropicalistas Caetano Veloso, Gilberto Gil, Tom Zé e Gal Costa como artistas baianos, porém cabe a pergunta, será que os franceses associam o Tropicalismo ou os tropicalistas à Bahia? Já dissemos acima que Gilberto Gil e Caetano Veloso são os mais lembrados quando se trata de nomes da música popular brasileira, nossa questão é saber se estes grandes nomes estão levando consigo a imagem da Bahia.

Jean-Michel de Bie, ao descrever o que ele considera como música baiana, inicia falando sobre os “artistas que fizeram a história da MPB, como (Gilberto) Gil, Caetano (Veloso), Gal (Costa), (Maria) Bethânia, que nasceram na Bahia”. Jean-Paul de Boutellier - que não consegue identificar a especificidade da música baiana – reconhece Gilberto Gil como um artista baiano que representa a música de sua região. Regina del Papa tem dúvida se o público francês associa Caetano Veloso à Bahia, mas garante que Gil sim, é identificado como cantor baiano.

As declarações acima nos dão subsídios para sugerir que Gilberto Gil tem sua imagem associada à Bahia e seu trabalho de divulgação da cultura produzida no estado e no nordeste é reconhecido, ao menos, pelos profissionais que trabalham com *musique du monde*. O que não transpareceu nas entrevistas foi uma associação entre a notoriedade de Gilberto Gil e a promoção de artistas emergentes da Bahia. Processo que aconteceu, por exemplo, com Cesária Évora e os artistas de Cabo Verde. Não conseguimos perceber nas entrevistas qualquer efeito do sucesso de Gilberto Gil, que teve a popularidade aumentada depois da nomeação como Ministro da Cultura do Brasil, em 2003, na divulgação de novos artistas e grupos baianos.

Além de Caetano Veloso e Gilberto Gil, Carlinhos Brown e Daniela Mercury são outros artistas que foram associados à Bahia, especificamente. Ronan Corlay ressalta a força cênica dos dois últimos e sua capacidade de interagir com o público. Ao fazer referência ao trio elétrico, Corlay está imputando a esta invenção baiana - que leva o palco para desfilas pela cidade, aproximando o artista das multidões – a peculiaridade das performances que encantam o público francês.

RC: Os grandes artistas baianos, sobretudo. Eu que trabalhei com a produção deles aqui na França e acho que, sobretudo, eles têm uma verdadeira tradição de show. Quando falamos de **Carlinhos Brown e Daniela Mercury são bêtes de scène [feras de palco]**, sei que os artistas brasileiros, em geral, têm uma relação muito específica com a cena, mas se me lembrar de um momento do show na Bastilha em 2005, **o momento em que as pessoas mais se empolgaram foi com Daniela Mercury**, que não era a mais conhecida. **Carlinhos Brown é a mesma coisa. Quando o vemos em seu trio elétrico, é uma verdadeira performance de ritmo, de dança, de jogo com o público, que é muito interessante.** [...]

Carlinhos Brown alcançou um grande sucesso na vizinha Espanha, onde lota estádios e arrasta multidões onde passa com seu trio elétrico. Percebemos que o artista é considerado como “objeto de desejo” por alguns diretores de festivais e agentes artísticos franceses, como Bernard Aubert e Frédéric Gluzman. O *fetichismo* se justifica pela promessa de apresentações impactantes, garantia de sucesso de público, o verdadeiro desejo dos produtores. Por outro lado, eles enfrentam a quase impossibilidade de contratação do artista devido ao alto cachê e aos custos de produção, decorrentes de um grande número de pessoas na equipe das turnês e do volume de equipamentos transportados.

Marc Régnier e Benoit Thiebergien fazem uma crítica em relação à irregularidade na qualidade dos CDs do artista. Thiebergien acredita que Carlinhos Brown, ao adotar o formato do pop internacional, arrisca perder a autenticidade ligada às raízes da cultura brasileira, adequando sua música para atender ao mercado consumidor global.

MR: [...] O Carlinhos Brown começou fazendo um nome, mas agora com as últimas músicas (para o gravador) “Oh Carlinhos, eu não quero brigar contigo”, mas ele sabe muito bem disto, **os últimos discos dele não emplacaram aqui.** [...]

LV: E Carlinhos Brown?

BT: [...] nós vamos encontrar sua identidade entre a música fortemente enraizada na cultura brasileira, mas de uma forma um pouco mais pop, formatada pela indústria musical internacional. **Carlinhos Brown é um artista que é formidável nos shows, mas é um pouco decepcionante nos discos, ele é muito desigual.** Diferente de Gil ou Caetano, é sempre um evento quando eles lançam um disco. Então, Carlinhos Brown é mais desigual, eu me lembro de uma reportagem sobre ele que me marcou muito, mas quando eu comprei

o disco fiquei um pouco decepcionado. **Então, tem uma indústria musical que formata um pouco uma música que é muita mais rica na origem e que são obrigadas a entrar numa espécie de standardização para atingir a um nível mundial, um público maior possível. [...]**

Os especialistas cobraram novas propostas musicais produzidas da Bahia, quase todos afirmaram que, praticamente, não tem chegado quase nada de novo da música baiana. O único exemplo de nova música baiana, encontrado nas entrevistas, foi dado por Regina del Papa, que está trabalhando atualmente com o músico argentino radicado na Bahia, Ramiro Musotto. Já falamos sobre a música de Musotto no cap.2, o que queremos destacar aqui é como proposta inovadora – e no caso uma música que se relaciona com a Bahia - que tem identidade e qualidade musical, é bem recebida pelos produtores franceses, que passam a divulgá-la, a partir do conhecimento que eles têm do mercado.

RP: [...] Ramiro foi assim foi um *coup de coeur*⁵³, quando eu ouvi o disco, eu achei de uma beleza... Ele é um criador, um artista. **O que eu acho interessante é o que ele fez com a música baiana, assim, porque ele é o argentino mais baiano que eu conheço. Ele modernizou aquilo.**

[...] **E a imprensa adorou, tivemos artigos sensacionais.**

LV: Onde?

RG: Em todas as revistas, **no Télérama, Le Monde, Libération, Mondomix**, estamos com um ótimo clipping. E a prova foi que no show de lançamento vieram vários programadores. Então **ele vai fazer o Jazz à Vienne, ele ganhou *carte blanche*⁵⁴ do festival e convidou o Omar Sosa⁵⁵**. Eles já estão fazendo um trabalho juntos.

4.3 PROCESSOS DE COMPRA

Analisamos, nesta seção, os procedimentos adotados pelos entrevistados ao contratar um espetáculo ou um artista brasileiro. Constatamos que o agente cultural francês insere-se em um processo social em que deve perceber e atender os desejos do público e, ao mesmo tempo, atuar como prescritor, oferecendo uma programação musical baseada, também, em seu próprio gosto.

Procuramos saber como o profissional conhece as demandas de seu público inquirindo, por exemplo, sobre a existência de um público específico para o produto. Uma das formas de conhecimento é a associação que alguns profissionais fazem entre práticas culturais e classe social, ou capital cultural adquirido. Critérios específicos - em relação a espetáculos musicais

⁵³ Amor à primeira vista.

⁵⁴ *Carte Blanche*, carta branca, expressão usada quando a organização de um espetáculo permite que é o artista escolha outro artista ou outros artistas convidados para o show.

⁵⁵ Compositor e pianista cubano de carreira internacional e que já desenvolve um trabalho com Musotto na Bahia.

- utilizados no processo de escolha, também foram abordados, como: assistir previamente o show ao vivo e a garantia da *autenticidade* da produção cultural. Por fim, entramos em questões operativas - que também atuam na decisão de compra - como as negociações dos cachês e os custos de turnês.

4.3.1 Perceber e criar

Os profissionais entrevistados têm um importante papel de mediadores do processo de produção e consumo no setor *musique du monde*. O primeiro critério que os profissionais apontaram na escolha do artista com o qual trabalhar, ou contratar, foi a emoção. A tranquilidade em declarar a primazia da sensibilidade individual, revela certa autonomia no âmbito do processo de decisão. Entretanto, este profissional atua para atender o “cliente”, procurando entender e satisfazer os desejos da audiência. Muitos dos entrevistados colocaram claramente esta operação, a busca do equilíbrio entre atender a seu gosto pessoal e, ao mesmo tempo, atender à expectativa do mercado:

FG: **Primeiro eu tenho que amar a música, eu sou um homem de paixão** e sou músico também, para mim o importante é gostar da música do artista, eu não poderia vender um artista de que não gosto, tanto na questão musical, como o artista também. Depois, vem a escolha pela razão, quer dizer de mercado, de business. [...]

SD: Já há alguns anos, **é mais um gosto pessoal**, eu trabalho mais sobre a qualidade do artista, sobre a musicalidade e **sobre o lado dançante, que corresponde um pouco à expectativa do público francês, que pode agradar o público francês.**

Para satisfazer a essa expectativa o programador tem, primeiro, que perceber o que público deseja consumir. Esse processo está relacionado aos comportamentos miméticos descritos no capítulo 2, que criam e difundem padrões que vão adequar produção e consumo.

Um dos exemplos mais claros de atendimento a padrões instituídos pela sociedade, dentro do processo de programação artística, é a aplicação do critério de notoriedade. Os espetáculos de *musique du monde* fazem parte do *show business* - mesmo tendo na França uma aura de *arte alternativa* - e, coerente com a lógica deste mercado, o sucesso já consolidado do artista, ou do tipo de música que ele faz, é garantia de afluência de público. Alguns entrevistados irão adotar este critério, juntamente com sua *sensibilidade individual* na definição da programação artística:

MA: Eu me apoio, um pouco, na notoriedade dos artistas e **me apoio muito no chair de**

*poule*⁵⁶ [...]

JMB: **Primeiro, meu gosto pessoal.** Eu nunca apresentei alguém no festival que eu não gostasse. [...] **programei, por exemplo, Jorge Ben, porque eu sabia que iria causar um impacto dançante, o show foi um sucesso, não é o meu artista favorito [...]**

Segundo Elaine Norberto, a difusão e repetição desses padrões irá alternar-se, simultaneamente, com a necessidade que o ser humano tem de se diferenciar. “A necessidade social da instituição do *novo*, da diferenciação” vai ser a geradora das estratégias de inovação de diferenciação dos produtos a serem consumidos (NORBERTO, 2003, p.192).

Os programadores franceses percebem esta demanda por novidades por parte do público e que é, também, um desejo individual dos mesmos. Não se tratam, necessariamente, de novas formas musicais, ou da aparição de novos talentos. Muitas vezes pode ser a apresentação de artistas e tipos de músicas desconhecidas do público francês, como no caso da iniciativa tomada por Regina del Papa ao produzir o show de Marcos Sacramento na renomada casa de espetáculos *New Morning*, em Paris. O artista brasileiro interpreta um repertório de sambas dos anos 40 e a produtora apostou em apresentar “uma coisa nova” (para o público francês) em um espaço qualificado. Stéphane Delangenhagen também buscou apresentar uma proposta inovadora ao programar uma “noite baiana” no conceituado auditório da *Cité de la Musique*, em Paris, com capacidade para 1000 pessoas, durante o Ano do Brasil na França. A escolha de Delangenhagen reflete o *desejo* de apresentar ao público francês *outro* Brasil, no caso, *outra* Bahia, atitude que causou estranhamento até a um representante da mídia baiana:

SD: (...) **Na época eu fui entrevistado por uma pessoa da Bahia que queria saber por que eu tinha escolhido Riachão e a banda Didá e porque não Ivete Sangalo, ou uma outra grande estrela, uma vez que Riachão não é conhecido.** Ninguém entendeu a escolha da programação, eu expliquei que minha escolha era por artistas completamente novos, eu estava visando pessoas que já conheciam um pouco da música brasileira e queria mostrar outras coisas da música da Bahia e, depois, esta música tem uma tradição de música tradicional e que não era pop. Então eu achei que estes grupos se enquadravam no que eu queria, eram grupos de percussão e um grupo de samba, **eu não queria programar o mais conhecido, eu queria um grupo que o público francês não estava habituado a ver.** Eu queria um grupo de percussão e sabia da Didá, sabia do trabalho de Neguinho do Samba.

Este processo não se desenvolve de forma fluida, ele não acontece sem algumas tensões. Enquanto alguns programadores, como Delangenhagen e Regina del Papa apostam na

⁵⁶*Chair de poule*: expressão francesa para arrepio.

capacidade dos franceses de aceitar novas propostas, outros, como Bernard Aubert, não são otimistas quanto ao grande público e a expectativa do mesmo em relação à música brasileira:

BA: [...] Meu gosto não é sempre o mesmo do público, porque **como organizador de Festival posso estar interessado nos artistas mais *atenados*, mas não é sempre o que vai acontecer em relação do público** [...]

Essa tensão, que ocorre nas relações público/programador, pode ser uma das causas para o surgimento das redes de operadores envolvidos com *musique du monde*. A fórmula associativa soluciona, em parte, a questão, ao validar os procedimentos adotados por seus pares, utilizando muitas vezes padrões de comportamentos miméticos.

Durante a pesquisa, percebemos que esta rede é muito ativa e tem um importante papel no processo de decisão de compra, ela opera tanto de maneira informal, em encontros em shows ou contatos telefônicos, como por meio de fóruns reais ou virtuais. No processo de escolha de um artista ou uma banda, as opiniões e recomendações dos amigos, músicos, diretores de festivais, enfim, pessoas que fazem parte do *métier*, são muitas vezes mais importantes que a opinião da crítica especializada e as informações divulgadas pelas produções dos artistas:

MR: [...] (O processo de escolha de um artista) é um processo longo de avaliação, como acontece, normalmente, na maior parte das vezes. Voltei para Paris há 3 anos atrás, depois de morar 14 anos no Brasil, e eu vou muito pelas recomendações dos meus amigos músicos. [...] Então, **eu vou pelas recomendações dos meus amigos músicos, dos meus amigos managers brasileiros**.

FM: [...] **Todos os diretores de festivais, agentes etc desta música, nós estamos conectados, podemos dizer, através de redes, mas a gente se encontra nos shows, trocamos idéias, eu digo “Eu vi tal artista, que é bom”**. [...]

Nesta rede de relações, ressaltamos o papel dos agentes artísticos que realizam o contato pessoal com os programadores. A função do representante exige este tipo de relação de proximidade. Não significa necessariamente que o agente deva ser francês ou morar permanentemente na França, ele deve conhecer muito bem o mercado local, pertencer a uma rede de relacionamentos e investir em tempo e trabalho para conquistar a confiança dos contratantes. Ronan Corlay dá um exemplo de como as relações próximas com agentes dos artistas africanos facilitaram o trabalho de programação de um show:

RC: [...] Assim, as **informações chegam sempre e às pessoas certas**, porque tem pessoas

da África que viveram algum tempo na França, **conhecem muito bem a França, tem amigos na França**, tem a comunidade africana que pode dividir com eles. [...] Isto ajuda muito no acesso a informação, nós fizemos um grande show com artistas africanos no ano passado e, de certa forma, **o trabalho de programação foi simplificado, porque o acesso a diferentes artistas foi mais simples**.

JPB: **Eu recebo as informações (sobre a produção musical brasileira) através de um certo número de agentes artísticos ou *tourneurs*⁵⁷ que são especializados.**

Olivier Delsalle sintetiza a função do programador ao falar sobre a importância das sugestões dos colegas de profissão:

OD: Isto é inevitável, não podemos evitar, porque temos as relações, os conhecidos. O papel do programador é de não se apoiar unicamente nestas relações, mas antes de tudo, é sua capacidade de analisar, capacidade de audição. **Os conselhos e sugestões das pessoas que temos relações profissionais são razões anexas que no final vão dizer “fiz uma boa escolha”, porque as opiniões favoráveis nos confortam.**

4.3.2 Classes sociais e práticas culturais

Conhecer as práticas culturais do público a ser atingido é outro procedimento que faz parte da relação entre o programador e o “cliente”. Perguntamos aos profissionais se eles poderiam associar um determinado artista ou uma determinada performance a uma classe social específica. Nossa intenção era descobrir se, e em que medida, o conhecimento da classe social do público alvo determina a escolha da programação. Poucos foram os programadores que fizeram esta associação, alguns se referiram a faixas etárias, que também determinam uma programação específica. O profissional que não tem nenhuma dúvida quanto à associação entre práticas culturais e classes sociais é Stéphane Vatinel. Ele descreve, na prática, como é feita esta distinção:

SV: [...] Dependendo do tipo de evento que vamos organizar nós vamos ter... **um concerto que seja menos, panrannanana (faz um som de *axé music*), vai ser menos popular**, que seja mais tranquilo, onde as pessoas estão sentadas para escutar, aí vamos ter um tipo de classe social que virá ao show. [...] Mas tem ainda códigos como estes, e isto se sente enormemente, **quando mais nós temos pessoas em pé mais somos populares**, existe uma associação com o espetáculo que é visto em pé e o espetáculo que se vê sentado. [...] **É a sociologia associada à forma musical, ao volume, ao tipo de lugar a maneira como nós assistimos ao show... eles são quase que codificados, nós temos quase uma impressão que é genético. É bizarro.**

⁵⁷ Profissional responsável em vender espetáculos e organizar as turnês.

As observações feitas por Vatinel podem ser compreendidas à luz das idéias de Pierre Bourdieu sobre distinção social e práticas culturais, estudado no capítulo 2. No nosso entender, a afirmação de que este fenômeno é “genético” o aproxima ainda mais da tese de Bourdieu que considera a família o meio mais eficaz de transmissão de capital cultural. Olivier Delsalle relutou em fazer a associação entre classe social e práticas culturais, mas relacionou capital cultural adquirido à capacidade de realizar experiências estéticas e, por fim, acabou por relacionar o público que frequenta o Festival Île de France a classes sociais e categorias profissionais.

OD: [...] O Festival como o nosso, por exemplo, pode se pensar que, como apresentamos música clássica, música barroca, é para certo público, mas não é associado à classe alta ou classe baixa, mas **tem mais a ver com a cultura e a educação do público, é uma classe social mais elevada, é um meio de profissionais liberais, médicos, doutores, etc, mas também da classe média como instituter ou professor. Então é mais uma capacidade intelectual que uma capacidade sócio-econômica.**

Frédéric Mazzely também identificará classes sociais e categorias profissionais entre o público consumidor de *musique du monde* que frequenta os eventos do *Parc de la Villette*. Todos os dois entrevistados apontaram as classes sociais média e superior como consumidoras de *musique du monde*. Consideramos que a música popular brasileira adquiriu valor por fazer parte do universo de significações ligado ao conhecimento da diversidade das culturas do mundo, ao consumo de um produto *fora do comum* e, ainda hoje, às fantasias despertadas pelo exotismo. Os eventos de *musique du monde* organizados por estas duas instituições públicas recebem, prioritariamente, um público que costuma frequentar espaços culturais, como teatros, cinemas, bibliotecas, pessoas com alto grau de instrução e capacidade intelectual:

LV: E o público de *musique du monde*?

FM: É um público, estou esquematizando, mas em grandes linhas **é um público com uma bagagem intelectual um pouco elevada, uma categoria social de classe média, muitos professores, pessoas área da educação, pessoas que têm práticas culturais importantes. São os profissionais liberais, tudo que chamamos de categoria social média ou superior.** São pessoas que vão ver os shows do Brasil da Índia etc. Nós chamamos o público *Telérama*, que é uma revista semanal que fala de cultura no geral, uma revista de cultura no geral, e que se dirige a todo mundo, mas eles sabem que seus leitores mais numerosos são da área da educação nacional.

4.3.3 Outros Critérios

Além dos padrões criados e instituídos a partir do processo simultâneo que se desenvolve

entre programadores e público, o profissional emprega outros critérios para garantir uma boa escolha artística. Um critério, primordial hoje em dia, na seleção de um artista e que foi bastante citado, é a necessidade de ver o show ao vivo. Essa necessidade foi justificada muitas vezes pela desconfiança nos registros fonográficos atuais: com o alto desenvolvimento das tecnologias de gravação, “tudo é possível” no estúdio. Portanto, a “prova dos nove”, se faz no show ao vivo.

MR: [...] eu tenho que ouvir o CD, mas o CD não é referência para mim, porque **dependendo do dinheiro que você tem, você consegue fazer um bom CD em estúdio. O que eu quero ver é a verdade, a prova de verdade é o palco, então tenho que ver no mínimo uma vez o show, nunca vou fechar com artista sem ter visto o show.** Eu tenho que ter sido tocado pelo show, para mim a referência é quando me dá água no olhos, o que acontece poucas vezes mas ainda hoje acontece algumas vezes. Depois a adequação entre a proposta musical e o que eu imagino da possível receptividade e das possíveis expectativas do público daqui.

Outro critério que é aferido durante o show ao vivo é a empatia do artista com o público. Vários entrevistados colocaram esta qualidade como desejada, na avaliação de um artista. Músicos brasileiros, como Chico Buarque e Milton Nascimento, conhecidos por sua alta qualidade artística, mas também por sua timidez em cena, são convidados com relutância por programadores franceses, devido à falta de interação com o público. Jean-Michel de Bie irá falar exatamente de sua experiência com os dois artistas:

JMD: [...] eu sempre me decepcionava com seus shows (os shows de Milton Nascimento), quase sempre, porque ele não é um artista para performance de palco, Milton e Chico (Buarque) são para se ouvir no disco. São pessoas apaixonantes, pessoalmente, que tem um universo, uma visão incrível. Chico é um grande poeta, mas infelizmente, ele tem este lado, acanhado no palco. No Brasil tem outro efeito, quando ele faz um show todo mundo chora, mas na França, apesar dele falar francês muito bem, não tem esta mágica na cena. Milton também, ele é muito tímido e fechado.

A *autenticidade* da música apresentada é outra preocupação dos operadores em relação à escolha de um determinado artista ou banda. Sabemos que o conceito de autenticidade é passível de muita discussão. Aqui, os entrevistados o utilizam evitando comprar um produto *formatado* para o público europeu, um produto que não expresse a cultura e o contexto de onde foi originado, sendo apenas um artefato criado segundo a imagem que o produtor faz do que agradaria o público estrangeiro. Marc Régnier é um dos profissionais que adota o critério de *autenticidade* na seleção dos produtos artísticos:

MR: [...] muitas bandas vem para mim e dizem “Olha Marc, eu tenho um produto que eu formatei para a Europa”, é a pior coisa para me dizer. Eu procuro música genuinamente brasileira, uma música eletrônica pode ser brasileira a partir do momento que introduz elementos da música brasileira.

4.3.4 Negociações

4.2.3.1 Cachês

Continuando o estudo do processo de compra, iremos abordar as negociações efetuadas para a concretização da contratação de um determinado artista. No caso da exportação da música brasileira, as negociações têm como base dois fatores determinantes: O primeiro, comum a todos os outros artistas, é o valor do cachê, que varia de acordo com a notoriedade, com a possibilidade de rentabilidade para o produtor do show, com a capacidade de financeira do contratante etc.. O segundo, que pode ser decisivo para a contratação de artistas brasileiros, são os custos de viagem. Benoit Thiebergien nos fala sobre esta questão, informando valores médios de cachês, adotados nos festivais que dirige:

BT: [...] a média, para os músicos, é entre **200 Euros e 600 Euros por apresentação, para os artistas que não são conhecidos**. Para os conhecidos é uma negociação. Em geral **2000 3000 euros**, em torno disso. Depois, tem as passagens de avião, lá também é onde o poder público pode intervir, arcando com as passagens de avião. **Porque muitas vezes a viagens e as despesas com hospedagem e alimentação são maiores que os cachês.**[...]

Quanto ao cachê, o primeiro critério a ser observado é a rentabilidade que o artista vai trazer. A relação entre valor de cachê e expectativa de público pagante é feita diretamente pelos profissionais, mesmo os responsáveis por instituições públicas, que recebem verbas do governo para a manutenção de seus espaços culturais e produção dos shows, como no caso do *Parc de la Villete*. Frédéric Mazzely vai aplicar a fórmula cachê/rentabilidade nas negociações de contrato dos artistas:

FM: [...] temos diretamente contato com os artistas ou o agente e é ele que nos faz uma proposição de preço, em seguida, **nós avaliamos a capacidade deste artista de ter público**, se podemos fazer o espetáculo em uma sala de 200 lugares, de 400 lugares com uma entrada de 10 ou 15 euros, que possa pagar os custos. **Nós não temos uma lógica comercial, não temos uma lógica de lucro, mas precisamos equilibrar a receita com a despesa.**

Obviamente a conta também vai ser feita pelos produtores de shows e proprietários de casas de espetáculos. Stéphane Vatinel considera impeditivo, para a capacidade de bilheteria de sua

casa, contratar uma banda com muitos músicos. Ao cachê líquido, mínimo por lei, pago ao músico, mesmo ele sendo estrangeiro, acrescenta-se quase 100% de taxas devidas em relação às leis sociais, uma conta rara de se fazer aqui no Brasil e que muitas vezes surpreende músicos e produtores brasileiros:

LV: E quantos músicos no palco, por exemplo, um grupo de salsa que são mais ou menos 15 no palco?

SV: Não, nós não contratamos porque é muita gente. Tem a lei dos impostos que eu tenho que pagar. Então 80 euros⁵⁸ por 15 quer dizer 1200 euros, 1200 vai acabar chegando a 2400 euros com as taxas, mais ou menos. **Com 2400 euros precisamos fazer muita bilheteria e as pessoas não querem pagar caro por um grupo que não é conhecido. Se alguém conhecido ele são capazes de pagar até 300 euros por entrada, mas se não foi conhecido...**

4.2.3.2 Custos das turnês

O segundo fator determinante na negociação dos contratos com os artistas brasileiros são os custos de viagens. A primeira questão que aparece é o custo das passagens aéreas. Dependendo da quantidade de pessoas viajando, esta despesa será maior que o valor dos cachês. Bernard Aubert, logo ao iniciar a entrevista, levanta este problema como um dos primeiros desafios a ser enfrentados pelos promotores da exportação de música do Brasil. Frédéric Mazzely refere-se aos custos de hospedagem e alimentação, itens de altíssimo custo na França, em relação ao Brasil, que também dependem do número de pessoas viajando. A questão da alimentação, que no Brasil é resolvida com o pagamento de diárias, na França chamada de *per diems*. A prática de pagamento de diárias em viagens, usual no Brasil, não é tão comum na França e, muitas vezes, causa impasses e situações de estresse, quando, por exemplo, o contratante disponibiliza um restaurante para as refeições da equipe, que contava com o dinheiro das diárias e mesmo assim, quase sempre, não fica satisfeita com a comida oferecida. Soma-se, ainda, o pagamento de excesso de peso de bagagem em viagens internacionais. No caso de grupos de percussão, por exemplo, ou em que é necessário transporte de cenário, o volume da bagagem pode ser impeditivo para a concretização das negociações.

A solução para diluir o alto custo das passagens é montar uma turnê com várias apresentações dentro da França, ou até mesmo na Europa, onde os deslocamentos são menos caros. Frédéric Mazzely e Ronan Corlay vão apontar esse caminho:

⁵⁸ Valor mínimo de cachê líquido pago, na França, por músico, a cada apresentação.

FM: [...] Depois tem o preço das passagens, com artistas que vêm de longe o que pesa muito é o preço das passagens. É a razão porque é preciso encontrar na nossa rede 3 ou 4 produtores ou diretores de festival que permitam montar uma turnê [...]

LV: E sobre a questão do cachê?

RC: A negociação depende da maneira que se propõe, seja um show único, sejam mais shows, porque **se nós funcionamos em um show único, é difícil trazer um artista porque é caro, por outro lado se ele tem outros shows previstos, mesmo na Europa, afinal, aqui tudo é perto. Fazer um show em Londres, em Paris e no outro dia em Bruxelas é fácil. Neste caso, se conseguimos inserir um cachê dentro de uma turnê fica muito mais fácil.**

4.4 – ESTRATÉGIAS

Finalizando a análise das entrevistas, abordamos temas que devem ser considerados na montagem de uma estratégia de desenvolvimento da exportação da música produzida na Bahia. O primeiro assunto focado na seção é a situação atual da *musique du monde* na França, país considerado como um dos maiores consumidores deste gênero musical, apesar de alguns entrevistados terem falado sobre uma queda – e não uma crise – no setor. Inquirimos sobre os efeitos do evento Ano do Brasil na França, em que a música brasileira foi o carro-chefe da programação.

Os entrevistados identificaram poucos países ou regiões, em concorrência com Brasil, que têm um programa de difusão de sua música. Os exemplos eficazes apontados pelos entrevistados mostram o sucesso de ações de parceria entre setor público e privado. Dentre essas ações, a primordial a ser realizada é a divulgação da produção. Ao tratarmos deste item em relação à Bahia, encontramos uma larga defasagem. Quase todos os entrevistados responderam que não recebem nenhum tipo de informação sobre as novas produções musicais baianas, o que pode explicar a ausência, na cena francesa atual, de artistas emergentes do estado, ou de artistas baianos desconhecidos do público deste país. Em termos de ações individuais, os entrevistados deram exemplos de artistas brasileiros que planejaram a construção de uma carreira musical na França.

Apontamos, nesta seção, alguns nichos de mercado que consideramos oportunidades potenciais para a música produzida na Bahia, como o fenômeno das batucadas surgidas na França, o interesse pelos trios elétricos, os pequenos festivais e as políticas de inclusão artístico-cultural das instituições públicas francesas. Consideramos importante apresentar as avaliações negativas que os operadores franceses fazem dos profissionais brasileiros

envolvidos com espetáculos. Foram levantadas as questões relacionadas às diferenças culturais e falta de profissionalismo. A exagerada quantidade de pessoas que fazem parte das turnês, a falta de organização, os tradicionais atrasos, entre outros, são itens negativos apontados. Buscamos, ainda, identificar, quais os resultados das ações institucionais para o desenvolvimento da atividade de exportação de espetáculos da música brasileira e baiana, na França, nos últimos anos. Por fim, solicitamos sugestões aos entrevistados para a promoção da música produzida na Bahia.

4.4.1 Contexto Atual

Os entrevistados apontaram algumas razões para o sucesso da *musique du monde*: a enorme presença da comunidade estrangeira, principalmente os africanos das ex-colônias francesas, que vivem hoje em Paris; o alto grau de desenvolvimento do circuito institucional de difusão, que divulga este tipo de música, e recebe um forte investimento por parte do governo francês; a grande quantidade de selos fonográficos de *musique du monde*; e a oferta de vários espaços de shows especializados no setor, principalmente em Paris, o que deu à cidade o rótulo de “*capitale des musiques du monde*”. As músicas de todas as partes do mundo são acolhidas na França e a música brasileira popular brasileira atrai o interesse do público, ocupando um lugar especial nesse cenário.

OD: [...] **Paris tem uma cena da *musique du monde* que é muito forte. Tem um verdadeiro público para isso, e, em relação a este público, a cena brasileira é importante.** Em relação a *musique du monde*, historicamente tem a música do Magreb, a música do Oriente Médio, mas, se falamos da América Latina, Cuba e Brasil são os dois países que atraem mais. Bom, tem também a Argentina que cresce agora, que tem toda uma riqueza musical. **Há o público das comunidades estrangeiras e, de outra parte, tem um bom público francês para a *musique du monde* e, para todo este público, o apelo do Brasil funciona.** E tem quem quer ver shows de música brasileira e que enche as salas, salas de 200 a 400 lugares. Geralmente funciona muito bem.

Dentro deste mercado já consolidado, os shows ao vivo encontram um bom mercado nos festivais de música. À grande quantidade de festivais especializados em *musique du monde*, junta-se a demanda surgida em outros eventos, principalmente os festivais de jazz, mas também alguns festivais de *hip hop* e de música eletrônica - ou mesmo festivais de vanguarda como no caso do *38e Rugissants*, que produz encontros entre a música contemporânea e músicas tradicionais do mundo. Alguns desses tipos de festivais citados acabaram por

incorporar em sua programação as músicas de outras partes do mundo, Frédéric Gluzman chega a exagerar a quantidade desse tipo de evento:

FG: Quer dizer o mercado francês é muito grande para a *musique du monde*, talvez seja o **mercado número 1, o da França. Em termos de importância de shows e festivais. Acho que tem mais de mil festivais aqui na França, uma coisa louca.**

Mas, mesmo com o reconhecimento de que a França é um dos países mais abertos para receber música produzida no exterior, os próprios entrevistados não têm uma visão entusiasmada das oportunidades para a música brasileira no mercado de *musique du monde*. No momento, a atitude é, no mínimo, cautelosa. A queda no número de apresentações de shows ao vivo deste tipo de música, as leis de proteção radiofônica das músicas francófonas, somadas à reserva estabelecida pelo próprio mercado para produções francesas e a forte concorrência no setor são as causas apontadas pelos profissionais envolvidos diretamente com a música brasileira:

FG: A música brasileira faz parte da *musique du monde*, **a música do mundo aqui na França é um setor que está um pouco em crise hoje, não estava antes, já faz 2, 3 anos que começou esta crise.**

FG: O mercado é complicado na França porque a língua francesa é o primeiro objetivo das instituições. Quer dizer, defender a língua francesa, se você faz um show cantando outra língua, você já está um pouco a parte do mercado principal, **60% do mercado da música aqui é proteção da língua francesa**⁵⁹. [...] **tem uma lei radiofônica que impõe uma cota reservada para a música francesa, não é uma coisa de preferência, mas uma coisa institucional.** [...] Claro que o público francês geral prefere a *chanson* francesa, com certeza não tem dúvida, isto é a primeira escolha do público francês [...] Você não canta em francês e você vem com a música do exterior e quem vem do exterior é o Brasil. Mas há também todas as colônias francesas, a África, a música africana é muito forte aqui, a música do Magreb, do Marrocos, da Argélia, porque as comunidades destes países são grandes.

MR: [...] o **mercado é tão pequenino**, aqui chega o melhor e o pior da música brasileira, também chega o melhor e o pior da música africana, toda a África, tem muitos países, por exemplo, a Argélia, a África do Sul. Tem o leque da música da Europa do Leste, toda a música feita pelos jovens daqui, que também está tendo o acesso a todos os estilos, o que é muito interessante.

Outro fator apontado pelos entrevistados para a queda das apresentações brasileiras nos últimos anos foi, surpreendentemente: o Ano do Brasil na França. Uma das razões sugeridas para este fato foi o excesso de exposição na mídia, que provocou uma “ressaca de música brasileira”, no entender de Gluzman. Eles encontram uma relação entre o evento e a redução

⁵⁹ Esse índice é para as rádios públicas francesas.

da frequência dos shows brasileiros na França, nos três últimos anos:

BA: [...] Curiosamente, o **Ano do Brasil na França**, que por um lado permitiu ver todo tipo de música brasileira, mas, depois que terminou, diminuiu bastante o número de shows de música brasileira na França.

LV: Por que? O que aconteceu?

BA: Atualmente recebemos poucas propostas de artistas brasileiros. Mesmos os agentes franceses, assim como os agentes internacionais, têm feito poucas propostas de shows brasileiros. Realmente, **depois do ABF teve uma queda** e só agora os agentes recomeçam a nos propor artistas, já se passaram 3 anos. Eu não sei qual foi a razão, talvez uma **overdose mediática**, alguma coisa assim, pode acontecer. **Porque o ABF deveria ter permitido fazer com que os novos artistas brasileiros fossem conhecidos, mas não foi o que aconteceu.**

4.4.2 Concorrência

4.4.2.1 Países e regiões em concorrência

Buscamos identificar que países ou que regiões, em concorrência com o Brasil no mercado de *musique du monde*, estão desenvolvendo estratégias para exportação de suas músicas. Esse questionamento foi um dos que teve as respostas mais diversas, foram identificados os países escandinavos, Canadá, Áustria, Suíça, Israel, Espanha e as regiões da Andaluzia e da Catalunha. Não consideramos que todos esses países sejam concorrentes com o Brasil. A música feita nos países escandinavos, no Canadá, na Áustria e na Suíça não possui os mesmos atrativos, que os franceses encontram na música popular brasileira, como a diversidade e o caráter étnico, festivo, alegre, e mesmo exótico.

Não podemos deixar de mencionar dois fatos importantes em relação à competitividade no mercado: a presença da música africana e o atual sucesso da música cigana. A forte presença destas duas músicas não decorre de uma estratégia institucional organizada, mas de fatores históricos e culturais. A relação histórica entre a África e esse país europeu possibilita que discos e shows de artistas de origem africanos sejam produzidos na própria França, o que já dá uma larga vantagem para o consumo dessa música no país. Junte-se a isso a enorme comunidade africana na França, potenciais consumidores, oriundos principalmente das ex-colônias francesas. Ronan Corlay relatou a facilidade que encontrou na produção de um mega-show com músicos africanos, na França, em virtude do fácil acesso aos artistas e agentes africanos.

A música cigana faz muito sucesso atualmente na França. Esta forte concorrente da música brasileira tem algumas vantagens por ser produzida, ou na própria França, ou nos países do leste europeu, muito mais próximos da França, o que facilita os deslocamentos e diminui custos com as viagens. Trata-se de uma música muito festiva e exótica, concorrendo diretamente com os pontos fortes da MPB. É, ao mesmo tempo, muito elaborada e exige quase sempre um virtuosismo técnico por parte de seus músicos. O sucesso da música cigana causa até certa rixa em relação a quem tomou a iniciativa para promovê-la. Stéphane Vatinel e Meziane Azaïche declaram-se, os dois, participantes da origem da *moda* dos espetáculos de música cigana em Paris:

SV: [...] Por exemplo, o que faz muito sucesso agora na França é a música cigana. Há três anos, no *Divan du Monde*, nós decidimos trabalhar com a música cigana. Porque a música cigana? Porque é uma música festiva, porque ela é muito associada a este ator que todo mundo conhece que é o Emir Kusturica e por que tem uma proximidade, tem uma população de músicos ciganos que estão perto da França, como a Romênia, a Hungria, a Albânia, que são o berço da música cigana, eles estão muito próximos, então podemos trazê-los facilmente. [...] As pessoas começaram a vir ao *Divan du Monde*, no começo, um pouco, depois, um pouco mais e **hoje tem um público enorme de pessoas que vem ao *Divan du Monde* para ver a música cigana e mais. Aos pouco nós vimos emergir por todos os lugares os shows de música cigana.**

MA: E agora a música cigana é muito mais presente. Porque ficou na moda. Nós fizemos muito para que a música cigana fosse conhecida, porque fomos uma das primeiras salas a fazer os festivais ciganos. **Nós temos uma produção com parisienses que fizeram um projeto que se chama “O verdadeiro falso casamento cigano”, que acontece duas vezes por trimestre, no *Cabaret* e é sempre superlotado. Nós, no *Cabaret Sauvage*, fomos os primeiros a fazer um festival importante com a música cigana, com os grandes nomes.**

Além dos outros países ou regiões estrangeiras, a música baiana encontra um forte concorrente atualmente, dentro do Brasil. Se analisarmos a programação do Ano do Brasil na França, veremos uma maior presença de artistas pernambucanos - tanto os consagrados, quanto, e principalmente, os novos artistas e os artistas e grupos de música tradicional. Já a presença de artistas emergentes baianos é quase inexistente. Ao questionarmos este fato junto aos entrevistados, encontramos uma concordância em relação ao crescimento da presença de artistas de Pernambuco. Mesmo os profissionais não especializados em música brasileira falaram do forró, da “música do nordeste”, diferenciando da música produzida em outras regiões do país. O esforço pessoal de alguns artistas como Lenine, em primeiro lugar, e também Silvério Pessoa, Renata Rosa, Sibá e DJ Dolores; o trabalho de agentes como, Bruno Boulay, em um primeiro momento, Marc Régnier, Frédéric Gluzman e Regina del Papa, atualmente; e também, mas de forma um tanto inconsistente, o apoio do governo de

Pernambuco foram determinantes na conquista deste espaço. A importância e a eficácia do apoio institucional do Governo de Pernambuco e da Prefeitura de Recife, que para nós, no início da pesquisa, parecia evidente, não é uma certeza entre os entrevistados, já que poucos tinham exemplos concretos a dar em relação a estas ações. O que pode sugerir que o trabalho feito pelas instituições pernambucanas foi irregular e não se consolidou.

Regina del Papa foi responsável pela programação brasileira no *Divan du Monde* durante 8 anos. Neste período, tentou firmar parcerias com instituições pernambucanas para a promoção da produção musical do estado, mas nunca conseguiu concretizá-las. Marc Régnier, um dos principais divulgadores da música pernambucana, também não conta com o apoio institucional de Pernambuco para promover os artistas que representa:

LV: E Pernambuco?

MR: **Não, nem um pouco. Nada, nada.** O estado de Pernambuco é muito sacrificado economicamente, cultura está fora das prioridades do governo. Então o pouco dinheiro que tem não vai para a cultura quando vai, seria mais uma iniciativa da prefeitura, [...]

4.4.2.2 – Estratégias eficazes

Além de identificar países e regiões concorrentes, buscamos saber dos entrevistados, que estratégias de exportação têm sido eficazes. Pelo que pudemos apreender das diversas respostas dadas, a produtividade das estratégias resulta de uma combinação entre iniciativas individuais de artistas e produtores e o apoio das instituições governamentais. A falta de capacidade de um alto investimento financeiro do produtor privado é compensada por seu interesse pessoal em obter rentabilidade com o sucesso de seu produto. O estado, por outro lado, pode e deve financiar projetos promocionais de grande porte, passagens aéreas, ações de divulgação nas mídias etc.. Contudo, o estado é uma máquina lenta, que não responde à dinâmica do mercado de espetáculos, e tem ainda como desvantagem, a descontinuidade de seus programas, que mudam de acordo com o contexto político.

As regiões espanholas da Catalunha e Andaluzia foram os exemplos mais citados de sistematização na promoção de seus produtos musicais. Bernard Aubert apontou como estratégia eficaz, implementada por estas regiões, o apoio direto aos artistas, a produção de compilações⁶⁰ e um trabalho de promoção junto aos organizadores de eventos. Todas estas

⁶⁰ Cds ou DVDs com seleção músicas de um artista ou de vários artistas, distribuídos promocionalmente.

ações são realizadas com a parceria entre a iniciativa privada e as instituições governamentais. Aubert dá o exemplo do trabalho dos artistas, produtores, juntamente com o governo do Cabo Verde, iniciado a partir do sucesso internacional da cantora Cesária Évora, mas que hoje conta com 15 artistas cabo-verdianos presentes na cena francesa.

Benoit Thiebergien menciona a estratégia adotada por Israel, que convidou uma dezena de programadores para um festival onde foram realizados vários *showcases*⁶¹. Para Thiebergien, esta é uma das formas mais eficientes de um país, ou determinada região, promover sua produção musical. Durante um curto espaço de tempo, o programador tem a oportunidade de entrar em contato com diversos artistas, e ver suas atuações no palco. Segundo o diretor do festival, “Muitas vezes, é a partir destes encontros e destas viagens que os projetos são montados”.

Apesar da importância que muitos entrevistados deram ao apoio institucional, Jean-Michel de Bie considera que são os produtores artísticos privados, que estão investindo trabalho, dinheiro e tempo, os principais interessados em desenvolver uma estratégia eficaz para “vender” seus artistas:

JMD: [...] O dinheiro é o senhor da guerra. Então, se tem alguém que espera ter uma rentabilidade com um show, ele (o produtor) será o primeiro a se preocupar em promover de forma conveniente este show. Porque o poder público...eles têm estes stands com os *folders*, mas depois dos salões e das feiras, eles não seguem as negociações. São os agentes, os produtores dos artistas que fazem o verdadeiro trabalho de promoção, porque eles são os primeiros interessados. [...] Quando tem alguém que investiu por muitos anos em um determinado artista é mais motivado para fazer um trabalho. [...]

A própria França foi citada como exemplo de estratégia de exportação de produção musical. Porém, devemos atentar para o fato que a França conta com a enorme rede de Alianças Francesas, que permite difundir os produtos culturais franceses praticamente em todo mundo. Stéphane Vatinel dá um exemplo concreto do trabalho de difusão do *Bureau Export de la Musique Française*:

SV: Tem o trabalho do *Bureau Export de la Musique Française*. Tem por exemplo a *french tech*⁶², nos EUA. Há pouco tempo, uma rede das Alianças Francesas, que é muito desenvolvida, difundiu esta música. Quando vamos a Nova York, a Boston, nas boates, a *french tech* faz sucesso e foi um trabalho feito pelas Alianças Francesas.

⁶¹ Shows compactos, com duração menor que os shows normais, que permitem que o artista mostre seu trabalho.

⁶² Música eletrônica francesa.

4.4.2.3 Divulgação da produção musical baiana

O que fica como certeza em relação às estratégias a serem utilizadas é que a divulgação dos produtos culturais é uma ação fundamental na promoção da exportação. Ao perguntarmos aos profissionais que tipo de informação eles têm recebido sobre a produção musical atual da Bahia, a resposta foi unânime: não tem chegado nenhuma ou pouquíssima informação, nem da parte dos próprios artistas e produtores, nem via instituições públicas. Debitamos essa carência à falta de uma estrutura organizacional dos atores da cadeia produtiva musical na Bahia, aliada à ausência de um programa institucional local específico para o setor. Os próprios entrevistados surpreendem-se com a ausência de novas propostas musicais baianas na cena francesa, e Rémy Kolpa Kopoul manda um recado para os baianos: “Salvador está dormindo um pouco!”.

Alguns entrevistados identificaram uma iniciativa isolada em relação à promoção da música baiana nos últimos anos: a realização do Mercado Cultural. Benoit Thiebergien, Jean-Michel de Bie, Bernard Aubert, Regina del Papa estiveram presentes em pelo menos uma edição do Mercado Cultural e consideram positiva a iniciativa. Bernard Aubert sugere que os organizadores do Mercado Cultural façam uma promoção mais massiva do evento na Europa, pouco conhecido no continente. O Mercado Cultural, mesmo não tendo como objetivo apenas a promoção da cultura produzida na Bahia, uma vez que se trata de um festival cultural internacional, acaba por cumprir em parte este papel, diante da ausência de outras opções. Fora o Mercado Cultural, foi feita uma menção ao Perc Pan⁶³ – que também não tem como objetivo principal difundir a música baiana – como espaço de divulgação da música percussiva da Bahia.

4.4.3 Construção de carreira musical na França

4.4.3.1 Tijolo por tijolo

⁶³ Panorama Percussivo Mundial – Festival de música dedicado à percussão, o Perc Pan realizou sua primeira edição em 1994, em Salvador, já apresentou mais de 150 atrações vindas de 33 países.

Os agentes especializados em representar os músicos brasileiros foram enfáticos quanto à necessidade de desenvolver uma estratégia de construção de carreira, na França. Um trabalho que toma tempo e necessita um entendimento do mercado de música francês. O conhecimento da realidade dos cachês iniciais é decisivo para que o artista brasileiro decida se lançar nesta empreitada, uma vez que os cachês, inicialmente, são muito baixos em relação ao valor que um artista de renome recebe no Brasil. Só com o passar do tempo o investimento na carreira tem retorno. O exemplo mais citado de estratégia bem sucedida é o de Gilberto Gil. Jean-Michel de Bie testemunhou parte deste percurso de Gilberto Gil, na Bélgica e na França:

JMB: Gilberto Gil era mais conhecido e ele continua sendo o mais conhecido, antes mesmo de ser Ministro da Cultura, mais conhecido que Caetano Veloso. **Ele começou sua carreira na Europa antes de Caetano, começou a vir muito cedo, aceitava cachês muito menores do que os que ele já recebia no Brasil. Ele recebia o que a gente chama aqui de *cachet club*⁶⁴.** Eu me lembro de um show na Grand Place de Bruxelas, era como se fosse um show na Torre Eiffel aqui, e lá ele teve um grande interesse popular, no começo dos anos 80, já tem quase 30 anos. **Era alguém que vinha todos os anos, ou quase todos os anos, ele construiu sua carreira**, como Charles Aznavour, para citar um artista francês, de origem armênia, que construiu sua carreira no exterior. Tem muitos artistas muito famosos no Brasil que não aceitam vir à Europa, por causa dos cachês ridículos e então eles perdem a oportunidade de lançar a carreira deles no início, porque depois fica cada vez mais difícil conseguir pagar o cachê que eles pedem, aqui na Europa. Tem um momento que é tarde demais.

Marc Régnier fala dos desafios enfrentados pelo artista brasileiro, dando o exemplo do músico pernambucano Silvério Pessoa, um artista que não tem a notoriedade de Gilberto Gil, mas que está, há alguns anos, investindo na construção de uma carreira internacional:

MR: [...] **a aposta de vir para cá para Europa para fazer uma carreira significa para muitos artistas voltar ao zero, porque um cara que faz grandes shows no Brasil, aqui, ninguém conhece, a não ser uma parte da comunidade brasileira. Então, ele vai ter que enfrentar clubes pequenos, cachês pequenos no primeiro ano, ganhando, mas ganhando pouco. Eu mesmo costumo não ganhar nos dois, três primeiros anos, porque faço um investimento. Às vezes funciona, depois de pagar o investimento, às vezes não, às vezes continua. Com Silvério Pessoa, eu comecei a trabalhar em 2003 e fiz turnê pelo mundo inteiro, mas só este ano vou começar a receber o dinheiro que investi. É um processo longo, então o artista tem que estar ciente disto, ele tem que ter vontade de desenvolver uma carreira internacional.**

Frédéric Gluzman destaca a importância da repercussão no Brasil do sucesso do artista no exterior, às vezes mais importante do que a rentabilidade financeira:

FG: [...] **É difícil trabalhar com os artistas que são conhecidos no Brasil, mas não são conhecidos aqui. Marcelo D2, que em 2006 teve um grande sucesso no Brasil, ele investiu para vir aqui, foi um investimento forte da parte dele, da produção dele, eu acho bacana isto. Ele queria desenvolver o mercado aqui na Europa e é bom para o artista,**

⁶⁴ *Cachet Club* é pago para os artistas que se apresentam em bares e boates e é muito menor dos que o cachê pago normalmente em apresentações em teatros ou festivais internacionais de música.

voltar ao Brasil e dizer, no Faustão, por exemplo, “Eu fiz 30 shows na Europa”, é bom para o artista no Brasil.

Ivete Sangalo é outro exemplo de artista brasileira de sucesso que começa a investir em uma carreira no exterior, talvez pelo mesmo motivo: conquistar fama fora do Brasil. Diante das informações recebidas, ela não teria rentabilidade com os shows na França como tem no país. Consideramos interessante relatar a experiência que a artista teve, no ano de 2007, ao bancar a produção de seu show em uma grande casa de espetáculos em Paris. Este episódio serve para indicar outro mercado possível para a música da Bahia na França, a grande comunidade portuguesa no país:

SD: Ivete Sangalo veio para se apresentar a Paris, no *Elysée Montmartre*, que tem uma capacidade para 1200 lugares e não tinha saído nenhum disco dela aqui na França. A gravadora da Ivete, a Universal, ficou totalmente surpresa porque foi um sucesso tão grande, **foi uma surpresa para os organizadores do show, que viram que, no meio do dia, todas as entradas já tinham sido vendidas, sem nenhuma publicidade, sem nenhum disco. O que acontece é que *les'enfants*⁶⁵ da comunidade portuguesa na França têm interesse na música do Brasil, maior que os franceses, porque ela faz sucesso em Portugal.** A sala estava superlotada, completamente lotada, as pessoas sabiam as músicas de cor, como no Brasil e logo depois a Universal lançou o disco *The best of Ivete Sangalo* aqui na França.

4.4.3.2 Agentes culturais franceses

Gostaríamos de ressaltar o papel dos produtores e agentes artísticos franceses especializados em música brasileira no desenvolvimento de carreiras de artistas brasileiros no exterior. O conhecimento das particularidades do mercado e das práticas culturais dos franceses é fundamental nesta atividade. Não descartamos a possibilidade de um artista ou produtor brasileiro tentar conquistar este mercado contatando diretamente os compradores de shows, mas com certeza esta tarefa será muito mais difícil e arriscada. Jean-Michel de Bie fala sobre a importância desse trabalho e do déficit de profissionais especializados em música brasileira:

JMB: [...] A França tem esta particularidade de mercado, **quanto tem um agente que trabalha um produto, quando ele acredita no artista, acaba acontecendo. O problema é que tem poucos agentes especializados em música brasileira**, então por isso tem uns mais conhecidos, outros menos. É uma questão de sorte, de coincidência ser trabalhado por uma gravadora, um empresário, um agente que faz as turnês. [...]

O complexo trabalho do agente não se resume à venda de shows. Ele atua como mediador

⁶⁵ A tradução literal seria *as crianças*, mas no caso, o entrevistado está falando de adolescentes e pré-adolescentes portuguesas.

entre os diversos setores da cadeia da exportação musical, como a produção e a venda dos registros audiovisuais, produção e venda de shows ao vivo, divulgação etc. É sobre esse trabalho que irá falar Frédéric Gluzman:

FG: Acho importante a interação entre o selo, o artista, o agente aqui na Europa e a produção brasileira, eu fico no meio de tudo isso, é como se fosse um jogo e eu fico no meio de tudo isto. Meu trabalho é fazer com que tudo de certo para o artista, então eu tenho que colocar as pessoas juntas. [...]

Pelos relatos dos próprios agentes e pelos testemunhos dos compradores de shows, o trabalho do agente vai além de promover cada artista individualmente. Foram eles uns dos principais responsáveis, junto ao próprio trabalho e determinação dos músicos, pela divulgação da diversidade da música brasileira na França.

RP: Posso te dar exemplos de alguns grupos que a gente trabalhou e que não eram tão conhecidos. Isso eu te falo de quinze, dezessete anos atrás, quando música brasileira era menos conhecida aqui. Começamos trazendo Ná Ozzeti e Itamar Assunção, música urbana paulista, e trouxemos o Duo Fel também. Era música de qualidade, pouco conhecida, mas que a gente gostava muito. A vontade é mostrar para o público francês que isso também é música brasileira. [...]

BT: [...] eu conheço agentes que são especializados em música brasileira, tem os *tourneurs*, são poucos. **O Frédéric Gluzman e o Marc Régnier do *Outrobrasil*, é através destes dois agentes artísticos que a música brasileira evolui aqui na França.**

4.4.4 Nichos de Mercado

Entendemos que deva fazer parte da estratégia de desenvolvimento da atividade de exportação da produção musical da Bahia encontrar nichos de mercado. Detectamos alguns nichos de mercado como o fenômeno do surgimento de grupos de batucada franceses, o interesse pelos trios elétricos e as possibilidades de apresentações nos pequenos festivais e, principalmente, nos espaços culturais públicos franceses, que têm como missão difundir propostas artísticas que não alcançam a divulgação das grandes mídias. Veremos agora as possibilidades de cada um destes nichos.

4.4.4.1 Batucadas na França

Em relação à potencialidade de mercado para a percussão afro-baiana, além do já comentado

interesse étnico pela cultura produzida na Bahia, é importante atentar para um fenômeno recente na cultura francesa: os grupos de batucada. Os grupos de batucada são formados na maioria por franceses que aprendem os ritmos brasileiros durante viagens ao Brasil, e agora, até mesmo, em escolas francesas de música. Regina del Papa acompanhou de perto o surgimento das primeiras batucadas⁶⁶, e não tem dúvida em afirmar a importância do samba-reggae no surgimento deste fenômeno. Ela é a produtora dos concursos de batucadas que acontecem anualmente no *Cabaret Sauvage*, desde 2002:

RP: [...] foram criados aqui os grupos de batucadas, e isto é completamente influência baiana. Há dez anos atrás não existia batucada nenhuma aqui, grupos de percussão. Aqui chama de batucada, o que lá se chama de grupo de percussão. **A maioria deles é de samba-reggae.** [...]

RP: [...] Agora, nós fazemos esses concursos de batucada, que há seis anos atrás eram três ou quatro batucadas, hoje nós somos obrigados a fazer uma seleção, porque recebemos tantos releases para participar do concurso, que tentamos fazer hoje um pouco de cada estilo. [...] A gente tenta fazer um pouco de samba-reggae, um pouco de samba do Rio e um pouco de maracatu para todos os estilos serem representados. E também tem grupos que misturam todo tipo de percussão, de influência africana, brasileira, francesa. **E mesmo fora de Paris tem outras batucadas, a maioria eu acho que ainda é de samba-reggae.**

Marc Régnier confirma que o surgimento dos grupos de batucada na França gera um “grande interesse” nos grupos de percussão baianos e aponta que este fato pode abrir um mercado potencial para os músicos da Bahia. Benoit Thiebergien considera que a produção musical das batucadas começa a fazer parte da cultura musical da juventude na França. Estes jovens estão buscando aprofundar o conhecimento dos ritmos brasileiros e aprimorar a prática instrumental, viajando para o Brasil e organizando oficinas na França.

O surgimento das batucadas francesas já promove, de forma ainda incipiente, uma interação com os percussionistas baianos. Bira Reis costuma ministrar *workshops* na França, ou receber grupos de músicos franceses em sua *Oficina de Investigação Musical*, no Pelourinho, por exemplo. Estas iniciativas são ainda tímidas e isoladas em relação à potencialidade apontada pelos entrevistados. Levando em conta as 300 batucadas recenseadas na França, há dois anos, segundo Marc Régnier, podemos considerar que este fenômeno está formando um público consumidor de espetáculos de percussão afro-baianos.

BT: [...] **existe cada vez mais grupos de batucadas de francesas.** E é interessante. Eles não são brasileiros, mas trabalham muito para conseguir fazer a rítmica brasileira e podemos dizer que de repente, pode acontecer com esta música o que aconteceu com a

⁶⁶ Ver a história do surgimento das batucadas, contada por Regina del Papa na entrevista no Anexo.

música africana: fazer uma escola na França. Os jovens hoje, nas escolas privadas, não no conservatório, começam a aprender as percussões africanas, podemos dizer que na França já se faz muita percussão africana tradicional, da mesma maneira que já tem muitas escolas que têm grupos de batucada que trabalham e animam as festas nas cidades. [...] **Acho que pode se desenvolver uma dimensão de espetáculo ao vivo que chamamos aqui de artes da rua, de música da rua, que pode ser interessante.**

No nosso entender, o surgimento das batucadas francesas, além de ser um mercado potencial para os percussionistas brasileiros, pode ser também uma oportunidade para uma rica troca de experiências. Pelos relatos acima, os percussionistas franceses estão buscando novas formas musicais a partir dos ritmos brasileiros, e podemos imaginar que um intercâmbio efetivo entre os artistas propiciaria novas criações em ambos os lados do Atlântico.

4.4.4.2 Atrás do trio elétrico

Outro produto de exportação baiano, que por suas exigências técnicas e logísticas é mais difícil de ser comercializado, mas que desperta interesse dos profissionais franceses, é o trio elétrico. Rémy Kolpa Kopoul, no verão de 1991, montou um trio elétrico, a pedido de uma empresa de refrigerantes, e apresentou artistas baianos em várias cidades costeiras, do Atlântico e do Mediterrâneo francês:

RKK: [...] a pedido de uma empresa de bebida, eu construí um trio elétrico aqui na França. Nós construímos o caminhão com o som dentro, com o grupo lá em cima. Mas foi um caminhão que teve a permissão para circular. Porque vindo de lá nunca poderia ser autorizado de circular pelas dimensões, **lá não tem regras, aqui sim**. Aí construímos isto, mandei fazer um desenho, uma pintura, veio um pintor do Pelourinho que fez um cenário de Salvador visto do mar e do outro lado o mar visto da cidade, bem *naïf*. Fizemos cidades do Atlântico e Mediterrâneo. O Atlântico foi com Margareth Meneses e o Mediterrâneo foi com Geronimo e Armandinho, como convidado especial. Foi interessante, circulando por toda a cidade. Dependendo da cidade, teve cidade que foi meio complicado, porque não dava para circular, tinha que ser fixo. Nós fizemos a preparação em abril e chegando em junho, a cidade não tem mais o mesmo conformação, porque verão é outra coisa. Então, teve cidade que deu para circular dois três quilômetros, outras que a gente tinha que fazer fixo, mas foi muito legal.

O interesse pelos trios elétricos existe até hoje, Ronan Corlay, antes da entrevista, declarou o desejo de produzir eventos com trio elétrico. Durante a entrevista, Corlay fala sobre as possibilidades de utilização da invenção baiana, que leva os artistas para as ruas da cidade, aproximando-os do público. O produtor conheceu o trio elétrico durante o desfile realizado no Ano do Brasil na França, em 2005. Participaram do trio Carlinhos Brown, Ivete Sangalo, Ilê Aiyê, Margareth Menezes e Daniela Mercury:

LV: Se sua empresa conseguisse produzir um trio elétrico aqui, daria certo?

RC: Eu tenho certeza, nós tentamos fazer isto depois do espetáculo de Daniela em Cannes. **Eu estou convencido que a música francesa e os artistas franceses deveriam trabalhar mais esta noção de carnaval e de deambulação, de fazer um show nas ruas da cidade, indo ao encontro do público, os convidando para a festa. Eu tenho certeza que tem muita coisa que pode ser feita.** O que precisa é ver o meio de trazer o caminhão do Brasil e isto é muito complicado.

4.4.4.3 Pequenos festivais e instituições culturais públicas

Vimos no cap. 3 o estudo de Ludivine Trehorel (2006) sobre a atualidade do mercado de *musique du monde* hoje na França. Entre os diferentes tipos de festivais identificados, Trehorel considera que os festivais de menor porte geralmente estão interessados em mostrar novas descobertas e propostas artísticas para seu público, diferentemente dos grandes festivais que apostam na notoriedade dos artistas como garantia de afluência de público. Estes pequenos festivais têm uma maior preocupação com a qualidade artística e com as trocas interculturais. Muitos deles promovem encontros e workshops com os artistas e são um nicho a ser trabalhado pelos promotores baianos. Bernard Aubert também indica essa possibilidade, informando que no seu evento *Babel Med Music* é possível encontrar uma “quantidade enorme de organizadores de pequenos festivais franceses, espanhóis e italianos e sei que eles são muitos interessados pela música brasileira”.

Jean-Michel de Bie também fala sobre a opção dos festivais por programar artistas emergentes, ressaltando o risco da pouca afluência de público, pelo fato dos artistas não serem conhecidos. Não devemos nos esquecer que a questão da rentabilidade está ligada a essas linhas programáticas, mesmo que o festival tenha um cunho cultural. No nosso entender existe este nicho de mercado a ser explorado, mas deve-se levar em conta que são produções que trabalham com orçamentos pequenos e dependem de financiamento externo.

Outra possibilidade para a proposição de artistas emergentes são os espaços públicos culturais. Essas instituições têm por missão apoiar, incentivar e, até mesmo, produzir novas propostas artísticas, que ainda não são promovidas pela indústria cultural.

LV: Quais são os critérios que o senhor utiliza ao programar um artista brasileiro?

FM: Tem que ser bom, nos agradar, tem sempre uma espécie de sedução entre o artista e um programador, mas, por exemplo, **entre programar alguém muito conhecido, que já tem uma grande notoriedade mundial e programar um grupo que é menos conhecido, que vem de uma pequena comunidade do Brasil e que pode ser descoberto pelos franceses, nós vamos escolher a segunda solução. Porque esta é a nossa vocação, é uma**

missão pública. [...] Nós somos um estabelecimento público que procura programar coisas que não tem a oportunidade de passar na televisão, por exemplo.

4.4.5 Avaliações Negativas

Buscamos saber, em nossa pesquisa, como o comprador francês avalia o comportamento profissional dos artistas e técnicos brasileiros. Como estamos tratando de relações interculturais, o que vem à tona são, novamente, imagens estereotipadas misturadas à constatação, a partir de experiências concretas, de deficiências profissionais. Alguns profissionais franceses debitarão os impasses e situações de estresse, que costumam acontecer, à *diferença cultural*. Muitas vezes, os profissionais brasileiros negam-se a entender que, mesmo sendo uma atividade artística, trata-se também de uma atividade comercial, uma troca onde está claro o papel do comprador e o papel do vendedor, e cada um deve cumprir sua parte no trato feito.

4.4.5.1 O séquito

Uma das primeiras imagens negativas em relação ao profissionalismo do artista brasileiro, levantada por pelo menos dois entrevistados – mas que já são conhecidos no *métier* como episódios anedóticos –, é a excessiva quantidade de pessoas viajando com os artistas. Segundo Jean-Michel de Bie e Frédéric Gluzman, este fato – que impede muitas vezes a concretização dos contratos – deve-se mais a uma questão cultural, relacionada ao histórico baixo custo da mão de obra no Brasil, do que a uma necessidade técnica profissional:

JMB: [...] **O problema é o número de pessoas que viajam com os artistas, a média é de, geralmente, duas vezes a quantidade de artistas no palco, é isso já se tornou piada, porque tem uma para cuidar do cabelo, outro das unhas etc., não acaba mais.** Eu sei que é uma questão cultural porque a mão de obra no Brasil é barata, então quase todo mundo tem alguém que faz os trabalhos domésticos, que cozinha, nas famílias ricas tem uma pessoa para cada ocupação destas. Então, os artistas mais famosos no Brasil estão acostumados a ter camareiras, alguém que carrega as malas, o outro que carrega os equipamentos, é normal no Brasil. Mas **em uma turnê européia isto quer dizer, mais gente para alimentar, para hospedar, mais transporte local e não se vê o interesse da parte dos brasileiros de entender esta diferença. Os brasileiros impõem isto e acaba sendo uma fonte de desgaste e de irritação.** [...]

FG: [...] Tem um exemplo muito típico, quando você faz uma turnê com uma banda brasileira, quer seja baiana, carioca, sempre. A maneira de trabalhar no Brasil, [...] tem uma equipe enorme trabalhando com o artista. **É o ratio, a proporção entre o número de artistas no palco e o número de pessoas trabalhando, o ratio de um artista brasileiro é de um por dois, um no palco dois na estrada. Então, vindo para fazer uma turnê aqui**

na Europa, são 8 no palco, 16 na estrada! Viajando, porque vem *roadies*⁶⁷, técnico de som, secretário do artista, cabeleireiro, assessor imprensa, não precisa, não dá para viabilizar porque o custo de hotel, de diária de alimentação e de logística de viagem, tudo é aqui é muito mais caro do que no Brasil. Então, na consideração do orçamento de planilha para uma turnê, é muito importante este elemento. E com todas as bandas é a mesma coisa, não tem um exemplo que não seja assim, 1 por 2, 5 no palco, 10 na estrada! É muita gente, não dá. **No Brasil dá porque você está no Brasil, viaja na estrada, tem a mão de obra barata.** Aqui não dá, às vezes os artistas dizem “**Usa um roadie, um técnico de som daqui, francês**”, esquece, quando eu pago um *roadie* aqui são 100 euros por dia, com as leis eu pago 200 euros e ainda tem o problema da língua. Não posso usar o pessoal daqui, prefiro o pessoal do Brasil, e custa menos. O artista tem que entender que a forma de viajar tem que ser a mais leve possível.

4.4.5.2 Organização

Bernard Aubert fala da falta de organização profissional, a partir da experiência de contratar diretamente músicos baianos para seu festival. A consequência desta deficiência brasileira é a preferência do contratante francês em trabalhar com mediadores europeus acostumados a lidar com as *diferenças culturais* no trato com os profissionais brasileiros:

BA: [...] **Quando estamos negociando com um *tourneur* europeu e quando se compra o espetáculo dele, não tem nenhum problema.** Quanto você tem uma relação diretamente com um brasileiro, lá tem um trabalho a ser feito mais sério, do contato direto. **Não é fácil trabalhar diretamente com os contatos no Brasil, para lhe dizer honestamente. Os contratos, a forma de pagar as pessoas...** Por exemplo, cada vez que nós tentamos trazer diretamente as pessoas do carnaval da Bahia ou outros grupos, **sempre tivemos problemas de organização em geral, é preciso muito, muito que se profissionalize este trabalho lá. Quando nós tentamos trazer uma centena de músicos do carnaval da Bahia, foi um problema conseguir trazê-los. Eles não chegaram no dia certo, chegaram primeiro em Madrid e depois em Marselha, aconteceram coisas muito graves. Foi um problema para os organizadores.** Eu imagino que se fosse uma turnê teria sido muito complicado.

Ronan Corlay também testemunhou problemas de organização na parte brasileira da produção do show *Viva Brasil!*, na Praça da Bastilha, em 2005:

RC: [...] no caso do show da Bastilha, tivemos muitas surpresas, porque estava previsto ter uma banda base, que era a banda de Gilberto Gil e que todo mundo ia se apresentar com esta banda. **E, de fato, foi muito difícil de realizar porque cada artista queria trazer uma parte de seus músicos. Aí, para saber se estes músicos viriam mesmo, isso só foi decidido no último momento e, no final, 25 deles não tinham passaporte.** Então, a gente teve que pedir e interveniência do Ministério do Interior da França para deixá-los entrar no país. **Eles não tinham nada e isto tudo aconteceu nas últimas 24 hs.** Ou seja, teve uma falta de comunicação, são grandes artistas profissionais, grandes músicos e uma vez que eles estão no palco, não tem nenhum contratempo. Mas o trabalho que tem que ser feito antes é muito complicado. **Tem um déficit de trabalho de produção.** Era a ocasião de se fazer uma linda festa em Paris, tinham 90 000 pessoas, vimos chegar brasileiros de todos os lugares da Europa, eu falei com brasileiros que tinham vindo da Rússia, da Inglaterra e

⁶⁷ Assistentes de palco que carregam, montam e desmontam os instrumentos e cenários e dão apoio ao artista durante o show.

penso que até no Brasil. Este tipo de evento não é tão freqüente. Foi a ocasião para a comunidade brasileira na Europa fazer a festa. **Mas tivemos tantos problemas antes na Europa e no Brasil... porque tinha muito trabalho, a relação com a imprensa etc.** Nós começamos a produção um ano antes. [...] **acho que houve uma falta de coordenação que criou uma certa dificuldade principalmente em relação a chegada dos artistas. Nós tivemos que procurar alguns metros cúbicos de bagagem que não tinham sido declarados na alfândega.**

4.4.5.3 Pontualidade

Outro ponto negativo é em relação à pontualidade nos compromissos. A pontualidade é fundamental na dinâmica dos shows internacionais, geralmente inseridos em programações de festivais e turnês, com um cronograma apertado, envolvendo inúmeros participantes, como produtores, diretores artísticos, técnicos, imprensa etc. Mesmo que alguns entrevistados não assumam a utilização de estereótipos, alegando que é “outro” que pensa desta forma, existe uma expectativa de que os profissionais brasileiros envolvidos com música cheguem sempre atrasados:

LV: E quanto à questão de chegar atrasado para passagem de som?

MA: **Esse negócio de chegar atrasado para a passagem do som é uma especialidade dos brasileiros.**

MR: [...] E pela minha proposta de mostrar este *Outrobrasil*⁶⁸ eu quero **quebrar este clichê do artista brasileiro largado, sempre atrasado na passagem de som.**

LV: Então o senhor acha que existe esta imagem?

MR: O problema é que quando está tudo bem, ninguém nota, é a norma. Quando tem um que chega atrasado para a passagem de som aí complica o trabalho de todo mundo, para os dez anos seguintes. E o que se conversa são os problemas, nunca quando vai bem. Então **infelizmente tem umas produções e uns artistas... Baianos, ou outros também, que por falta de profissionalismo... Mas não é só a culpa do músico.** Então, se for um músico preguiçoso ou músico atrasado, eu boto na linha, eu ensino a ser pontual. Eu não aceito me deixar esperando no lobby do hotel, eu tenho meu tempo. Está desrespeitando a mim e a todo grupo. [...] sou uma pessoa muito gentil, mas não permito, não vou aceitar que alguém por falta de profissionalismo ou atitude, não seja profissional, **então aqui também é uma escola disto, escola da pontualidade.**

4.4.5.4 – Desafinação cultural

Jean-Michel de Bie irá apontar outras diferenças culturais que dificultam o pleno exercício da atividade na França e na Europa, demonstrando uma falta de profissionalismo, quando os artistas e técnicos brasileiros não entendem que estão oferecendo seu produto artístico para

⁶⁸ Nome da empresa de Marc Régnier.

ser fruído por uma cultura diferente:

JMB: [...] é complicado trabalhar com artistas brasileiros. [...] Para mim, o principal problema são diferenças culturais. **Primeiro tem a questão do volume de som, no Brasil os artistas e os técnicos de som são acostumados a um som muito alto, o que é completamente diferente aqui na Europa, principalmente em relação ao público. E é chocante porque os artistas querem impor seus técnicos de som que estão acostumados com este padrão.** Tem também a questão da iluminação, que é um problema de tempo, **porque não tem tempo de fazer isto em uma turnê, é impossível ter as mesmas exigências técnicas.** [...] O problema com os técnicos e os produtores é de entender em que sala eles estão trabalhando. No *Palais des Beaux-Arts*, que é uma sala mais para música clássica, não foi feito para música amplificada, quando apresentamos um grupo de jazz a amplificação é só para dar uma *melhorada*. **Com os artistas brasileiros, eles insistiam em ter o som alto e a sala não era apropriada para isto, além do mais tem a lei de limite de decibéis e os técnicos não respeitavam de jeito nenhum, porque estavam acostumados a fazer isto no Brasil. É uma questão de diferença cultural, o barulho no Brasil, às vezes, é um símbolo de riqueza, quando por exemplo, os rapazes abrem a mala do carro com o rádio alto.**

Nem todos os entrevistados fizeram uma avaliação negativa dos profissionais brasileiros. Os depoimentos acima, dados pelos agentes que estão ou estiveram diretamente em contato com os artistas brasileiros e calcados em experiências concretas, demonstram que há uma deficiência real, que deve ser encarada como um desafio para os envolvidos com esta atividade Brasil.

4.4.6 – Promoção da exportação musical brasileira

4.4.6.1 Convênio APEX/BM&A

A APEX-Brasil firmou em 2002 seu primeiro convênio com a BM&A. A BM&A executa hoje seu o terceiro convênio, um plano bienal (2007-2008), com objetivo de atender à cadeia produtiva da música para fins de difusão internacional. A maioria dos entrevistados não conhece o trabalho da BM&A. Os poucos que conhecem têm uma posição crítica em relação à estratégia adotada, principalmente pelo fato dos principais mediadores franceses especializados em música brasileira não terem sido convidados, ou, ao menos, contatados para possíveis parcerias (lembrando que a França é um dos maiores mercados de *musique du monde*). As críticas se devem, também, ao fato da BM&A estar centrando suas ações no mercado fonográfico, que passa por uma profunda crise no momento:

BA: **Eu acho que eles estão cometendo um erro (dar mais atenção ao mercado**

fonográfico), eles deveriam dar mais atenção aos shows. Porque são os shows que alimentam a produção desses artistas, quando alguém vai a um show e gosta, ele quase sempre vai querer comprar o CD, mas, sobretudo, visto a crise do disco na Europa, e eu imagino que no Brasil seja o mesmo caso, os shows voltam a entrar na moda e tem que se fazer alguma coisa em torno disso.

LV: O senhor tem conhecimento do trabalho que está sendo feito no Brasil, junto com o governo brasileiro, para o incentivo da exportação da música brasileira através da BM&A?

FG: **Eu ouvi falar deste trabalho, porque eles nunca me contataram? Tem coisas que não estão funcionando**, eu acho que eu sou, dos produtores franceses, o mais importante da música brasileira, tem outros, mas eu acho que sou eu quem tem mais envolvimento com a música brasileira. **A BM&A nunca entrou em contato comigo. Então, eu acho que eu posso ser um agente aqui para eles, para ajudar, e ia fazer este link entre selos, turnês, promoção etc, mas nunca me contataram.**

MR: [...] a BM&A, conheço toda a gente, mas acho que ainda tem pouco resultado. Se tivesse uma sugestão para dar, seria mais identificar quem são os atores, os intermediários, que fazem realmente o trabalho para promover a música brasileira é um verdadeiro trabalho aqui, são poucos os que trabalham muito na Europa para divulgar a música brasileira, seriam uns 10 na Europa toda. Seria muito melhor identificar estas pessoas, dar-lhes os meios, porque a gente não se aproveita de nada, não tem direito a dinheiro do MINC. Então, seria um trabalho de identificar quem são estes atores, dar um meio de continuar o trabalho que já fazem com os artistas e dar o meio de tentar promover os artistas novos.

4.4.6.2 Ações institucionais na Bahia e em Pernambuco

Os entrevistados também não fizeram nenhuma referência a ações de instituições na promoção da música produzida na Bahia. Se elas existiram em passado recente, não foram capitalizadas de forma que se consolidassem em algum tipo de lembrança por parte dos profissionais. Imaginávamos, no início da pesquisa, que as instituições governamentais de Pernambuco tinham sido responsáveis, em parte, pelo crescimento da participação de artistas do estado no mercado francês. Porém, mais uma vez, os agentes franceses ligados à música pernambucana, Regina de Papa e Marc Régnier, vão ser enfáticos quanto à ausência de políticas pública para a promoção da exportação musical de Pernambuco.

RG: [...] **Nem em Pernambuco. Nunca houve. É uma coisa assim, absurda.** Quando que eu estava com o *Divan du Monde*, eu tinha apoio imenso e um tinha um espaço maravilhoso. Na época, procurei a Secretaria de Cultura, Secretaria de Turismo para propor que eles mandassem artistas. Durante o verão, eu faria a promoção do artista e do estado, do estado de Pernambuco, no caso. A gente tinha telão, tinha espaço para, sei lá, colocar agência de turismo, porque o turismo do Brasil está muito aquém do que ele pode, aqui na Europa. Aqui na Europa a história é a violência no Brasil, então, o turismo é mínimo ainda. Eu acho que tem um potencial enorme e muito inexplorado. **Então eu tentei com várias instituições, tentei abrir isso, e a gente não conseguiu. Parece que eles não têm interesse**, ou então tinham, enquanto eu estava lá, pareciam muito interessados, mas as pessoas que ficavam lá, os interlocutores que eu deixava na época, depois da minha saída, não conseguiam mais ter acesso a essas pessoas.

Apenas Olivier Delsalle deu uma informação diferente sobre a ação do Governo de Pernambuco, durante o Ano do Brasil na França:

LV: Para o Ano do Brasil da França teve um trabalho do Estado de Pernambuco para a promoção dos artistas do estado?

OD: **Sim, o governo de Pernambuco fez as promoções, junto ao comissariado geral do Ano do Brasil na França e depois trouxe os artistas até aqui.**

4.4.6.3 Sugestões

Alguns entrevistados deram sugestões para a promoção da música baiana na França, falando sobre a eficácia de determinadas estratégias como, por exemplo, a prioridade a ações que permitam ao comprador assistir vários shows ao vivo, em um curto espaço de tempo:

BT: Então uma das iniciativas que pode ser interessante é de **convidar o programador, quanto tem um festival, quando tem uma feira, como o Mercado Cultural**. Lá eu sei que por três ou quatro dias eu vou poder ver os músicos no palco. [...] Então podemos pensar, por exemplo, que a prefeitura de Salvador, na ocasião de um festival, não sei, por exemplo, se o Percpan ainda existe, ou que eles mesmos organizem um festival. **Fazer um festival com uma representação importante do conjunto que compõe a riqueza da música da região da Bahia e convidar uma seleção de profissionais que podem se interessar em vir conhecer esta produção musical**, que em seguida podem vir a ser produzidos pelos agentes na França ou serem convidados pelos programadores dos festivais. Isto é uma ação que funciona bem, eu como programador, eu desconfio do disco, porque hoje no estúdio você pode fazer muitas coisas... O que eu falo é ir ver o artista no palco. Saber como é a relação dele com o público, qual a energia, qual o carisma e é isto que eu procuro. Se eu for seduzido pela performance em cena, aí eu o convido.

BA: Nós organizamos em março, um fórum sobre *musique du monde*, que é o Babel Med Music, e a presença brasileira é muito pouco importante, o que é uma pena, porque participam 200 a 300 dos maiores eventos da Europa. **Tem uma quantidade enorme de organizadores de pequenos festivais franceses, espanhóis e italianos e sei que eles são muitos interessados pela música brasileira**. [...] mas é preciso marcar a presença do Brasil, ou do estado da Bahia, é preciso se diferenciar e sobre tudo trabalhar com os shows ao vivo. Existe uma demanda enorme do público, neste nível. Dos grandes festivais e dos pequenos festivais. **Os pequenos eventos que são organizados, por exemplo, em Biarritz e Nice, na costa oeste, que tem quase 300 organizadores de eventos, é enorme. Se um artista brasileiro consegue fazer 300 concertos por ano, já está bom, não é? Então tem muito trabalho a ser feito neste nível.**

FM: Eu acho que o mais simples de fazer, uma vez que vocês têm uma cultura, **vocês produzem, o mais simples é se organizar na ocasião dos festivais nas cidades, no Rio, em Belo Horizonte etc para que nós possamos vê-los. Então, precisa que nós, programadores franceses, possamos vir vê-los e nos colocar em contato com os agentes, com os artistas**. É a melhor maneira, porque se vocês forem desenvolver uma estratégia, isto quer dizer que vocês formatariam alguma coisa e isto não nos interessa, porque procuramos alguma coisa mais espontânea, mais natural.

MA: (...) **Enviar discos, DVD, releases e enviar informações sobre os shows que eles estão fazendo, se eles estão tendo sucesso no Brasil, onde eles estão se apresentando, não pode hesitar em falar do artista, tem que dizer onde ele está se apresentando, se ele está tendo sucesso etc.** Se ficar caro enviar os discos, informar em que site podemos escutar a música e, sobretudo, ter uma organização profissional para que possamos comprar os espetáculos.

LV: Se, por exemplo, tivesse uma rede, na Bahia, com um portal na internet com exemplos de música e de bandas, isto funciona?

MR: Olha no meu caso, no processo de escolha, tem que lembrar também que eu escolho por ano... digo 300 vezes não e uma vez sim. Isto é, minha estrutura é pequena, quero mantê-la pequena, **não vou procurar novos artistas no YouTube**, por exemplo, como um portal de promoção destes artistas. **Pode ser um jeito, mas eu não vou até este portal para procurar os artistas, eu vou ter que ouvir de um amigo produtor ou de um amigo músico, ou pela iniciativa do próprio músico ou do produtor que vai entrar em contato comigo [...]**

Bernard Aubert, Regina del Papa, Marc Régnier e Meziane Azaïche enviaram mensagens diretas para os artistas, produtores e gestores culturais baianos:

BA: [...] **Nós poderíamos fazer uma parceria especialmente com Estado da Bahia** para ter uma representação aqui no Babel Med, Music, isto nos interessa.

RP: **A música baiana é pouco representativa aqui, apesar de ter essa demanda do público, o público pede**, porque ouve lá e chega aqui, depois... não existe aqui. Não existe essa continuidade, os grupos não vêm.[...]

MR: [...] **por favor, todas as bandas baianas, por favor, me mandem o material, me surpreendam.**

MA: **Eu sei que tem boas produções musicais na Bahia, mas acho que falta talvez mandar mais informações, divulgar mais.**[...]

Finalizamos este capítulo com a fala enfática de Rémy Kolpa Kopoul. RKK reclama da ausência de novas propostas musicais vindas da Bahia, comparando com outras regiões do Brasil:

RKK: [...] Mas, em termos de música baiana hoje em dia, por exemplo, eu acho se não fossem estes artistas que ficam sempre na frente... bom, Carlinhos Brown e Daniela já são quarentões. Margareth Meneses já tem quase... e depois, o que é que tem? **Eu diria que não chegou nada de novo. [...] E não se renova. Eu acho que está faltando... De tudo o que eu acho que tem de novo no Brasil, não tem nada de Salvador.**

4.5 APRESENTAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

1 - **Benoit Thiebergien** (BT) – Músico e compositor, criou, em Grenoble, em 1989, o festival *38e Rugissants* dedicado às novas criações musicais, do qual é diretor artístico. Concebeu e iniciou inúmeros projetos de criação com os compositores e artistas do mundo inteiro, unindo as músicas contemporâneas ocidentais às tradicionais e populares. Benoit Thiebergien é também o criador e diretor artístico do Festival Internacional de Músicas Nômades em Nouakchott na Mauritânia. O festival *38ème Rugissants* realizou o espetáculo *Satellite-Cabaret* que, em dezembro de 2002, uniu, através de transmissão de dados em alta velocidade, dois shows, um em Salvador no teatro Molière da Aliança Francesa, que fazia parte da programação do Mercado Cultral, e outro na antiga biblioteca de Grenoble, com os artistas cantando e tocando juntos e ao vivo. www.38rugissants.com

2 - **Bernard Aubert** (BA) – Diretor do Festival *Fiesta des Suds* em Marselha, um dos mais importantes festivais de *musique du monde* do sul da França. O *Fiesta des Suds* programou os seguintes artistas brasileiros nos últimos anos :

2003 DJ Dolores (PE) Nação Zumbi (PE)

2004 –Seu Jorge (RJ)

2005 - Lenine (PE) e Marcelo D2 (RJ)

2007 – Batucada dirigida por Mestre Marquinhos (RJ)

Bernard Aubert é também o diretor do *Babel Med Music* um fórum de *musique du monde* que compreende feira, *showcases*, conferências, encontros e debates. *Babel Med Music* realizou sua 4a edição este ano em março de 2008 com um público de 15 000 pessoas. www.dock-des-suds.org

3 - **Frédéric Gluzman** (FG) – Agente artístico especializado em música brasileira. Representa, na França, Lenine, Milton Nascimento, Marcelo D2, Daniela Mercury, DJ Dolores, entre outros. Atualmente está lançando na França Vanessa da Mata e a Orquestra Spok de Frevo. www.vo-music.com

4 - **Frédéric Mazzely** (FM) – Diretor de programação de espetáculos do *Parc de La Villette*. Maior parque urbano de Paris, com 55 hectares comporta diversos equipamentos culturais

como *Grand Hall de la Villette*, antigo e gigantesco abatedouro público que atualmente recebe exposições, feiras e eventos artísticos, o *Zenith* tradicional espaço dedicado a shows com capacidade para 6000 pessoas, além de arenas ao ar livre. O *Parc de La Villette* contrata tradicionalmente artistas e eventos brasileiros, podemos destacar a programação do evento *Latitudes Villette/Brésil*, realizado em 2000 e o *Villette Brésils*, no Ano do Brasil na França, com a participação de Carlinhos Brown, Tom Zé, Fernanda Abreu, Bnegão & Os Seletores de Frequência, DJ Malboro, entre outros. www.villette.com

5 - **Jean-Michel de Bie** (JMB) – Criou e dirigiu até 1995 o *Belga Jazz Festival*, em Bruxelas, que teve sua primeira edição em 1986, levando ao palco artistas como Miles Davis, Ray Charles, Herbie Hancock. Em 1987, criou o *Festival Viva Brasil* onde apresentou artistas como Maria Bethânia, Gal Costa, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Milton Nascimento, Chico Buarque, Zizi Possi, Francis Hime, Rita Lee, Djavan, Paralamas do Sucesso, Alceu Valença, Elba Ramalho, Chico Science, Chico César, Carlinhos Brown, Lenine, Olodum, Araketu, Timbalada e Banda Mel. Atualmente o *Belga Jazz Festival* se chama *Audi Jazz Festival* e continua exibindo grandes nomes do jazz e da *world music*. O *Festival Viva Brasil* teve sua última edição em 1995. Jean-Michel é o proprietário da *Ginga Produções* na França, já trabalhou com Daniela Mercury e Chico César, e atualmente representa o artista francês Richard Galliano.

6 - **Jean-Paul Boutellier** (JPB) – Criador e diretor do *Festival Jazz à Vienne*, um dos dois mais importantes festivais de jazz da França. Apresenta tradicionalmente uma *noite brasileira* no palco principal do festival, situado em uma arena para 9000 pessoas. www.jazzavienne.com

Programação de artistas brasileiros nos últimos anos:

2002 Caetano Veloso e Vinícius Cantuária

2003 João Gilberto, Gilberto Gil e Maria Bethânia – no palco principal

Arto Lindsay, DJ Dolores & Orchestra Santa Massa – no *Club de Minuit*

2005 – Tom Zé, Carlinhos Brown, Bebel Gilberto e Tânia Maria

2006 – Gilberto Gil e Joyce

2008 – Alceu Valença e Milton Nascimento

7 - **Marc Régnier** (MR)– Agente artístico francês especializado em música brasileira, proprietário da agência *OutroBrasil*, que também é um selo discográfico. Régnier tem um importante trabalho de divulgação da música nordestina na Europa, especialmente a música de Pernambuco. Atualmente trabalha com Renata Rosa, Silvério Pessoa, Eddie, Côco Raiz de Arco Verde, Valdir Santos de Caruaru e Seu Luiz Paixão. Já trabalhou com Funk'n Lata, Mestre Ambrósio, Marcos Suzano e Hamilton de Holanda. www.outrobrasil.com

8 - **Meziane Azaïche** (MA)- Méziane Azaïche é o proprietário do *Cabaret Sauvage*, uma casa de espetáculos localizada no *Parc de La Villette*. Com capacidade para 1200 pessoas, o Cabaret Sauvage é um dos espaços de Paris que privilegia a *musique du monde* em sua programação. Nos últimos 5 anos apresentou vários espetáculos brasileiros, entre eles o *Copacabaret* em 2005, sobre a bossa nova. Atualmente recebe regularmente as *Noites Brasileiras*, geralmente com músicos brasileiros que moram na França e realiza, uma vez por ano o *Concurso de Batucadas*. Tem programado, para este verão de 2008, as apresentações de DJ Dolores, Marcelo D2 e Vanessa da Mata. www.cabaretsauvage.com

9 - **Olivier Delsalle** (OD)– Diretor assistente do Festival Île de France, festival realizado pelo Conselho Regional de Île de France, onde a cada ano são promovidos cerca de 35 concertos em 25 lugares diferentes da região. O objetivo do festival é promover o patrimônio da região, os concertos são realizados em igrejas, castelos e antigos mercados. O festival apresenta principalmente música clássica, mas nos últimos anos promove sua interação com jazz, *blues* e música popular tradicional de outras partes do mundo. No Ano do Brasil na França apresentou 34 artistas brasileiros distribuídos em diversos espetáculos, entre eles, o show Praia da Bahia, um projeto envolvendo o trio de flauta francês Trio d'Argent e o trio de percussionistas baianos 7 portas. www.festival-ile-de-france.com

10 - **Regina del Papa** (RP)– Produtora brasileira, radicada na França desde 1990, criou a associação *Une autre musique* com Luis Torreão e produziu Ná Ozzetti, Itamar Assumpção, Duo Fel, Timbalada, Fernanda Abreu, Skank, Chico César, Daniela Mercury, Jorge Benjor, Dona Selma do Côco, Lia de Itamaracá, Maracatu Nação Pernambuco, Barbatuques, Tetê Spindola, etc. Foi responsável pela programação brasileira no *Divan du Monde* durante 8 anos e produziu shows brasileiros em diversas salas parisienses: *Bataclan*, *La Cigale*, *Glaz'art*, *Studio de l'Ermitage*, *La Maroquinerie*, *La Bellevilloise* e *Cabaret Sauvage*. Em 2003, criou o selo *Hélico* que lançou os discos da Orquestra do Fubá, Damily (violonista de Madagascar),

Tekerê (grupo instrumental franco-brasileiro), Ramiro Musotto e um DVD de capoeira de Angola com o Mestre Pastinha. Em 2005, ano do Brasil na França, trabalhou na produção do mega-concerto na praça da Bastilha, no dia 13 de julho. www.helicomusic.com

11 - **Rémy Kolpa Kopoul (RKK)** – Considerado um dos principais jornalistas franceses a atuar na divulgação da música brasileira, principalmente através de seus artigos para o jornal *Libération*. Atualmente é um dos diretores na *Radio Nova*, em Paris, na função auto-denominada de *connexioneur* e também atua como DJ. RKK, como costuma assinar, realizou projetos envolvendo a Bahia, como uma turnê a bordo de um trio elétrico que percorreu a costa atlântica e mediterrânea da França em 1991 com Margareth Menezes, Geronimo e Armandinho. Foi também o responsável por trazer pela primeira vez a Salvador os artistas africanos Manu Dibango e Salif Keita e o grupo de *zouk* haitiano Kassav. Publicou, na revista *L'Actuel*, em janeiro de 1989 uma extensa e emocionante reportagem testemunhando o nascimento da *axé music*, que na época ainda não tinha este rótulo.

12 - **Ronan Corlay (RC)** - Diretor-Associado e responsável pelo departamento de música da empresa de eventos *Ideactif*, situada em Paris, que tem como clientes Nestlé, Coca-Cola, FNAC entre outros. Foi responsável pela produção na França (a co-produção no Brasil foi feita pela produtora Divina Comédia), do show *Viva Brasil*, patrocinado pelo grupo Pão de Açúcar e pela grande rede de supermercado francesa Casino, realizado na Praça da Bastilha no dia 13 de julho de 2005. Participaram do show Gilberto Gil, Lenine, Seu Jorge, Jorge Ben Jor, Gal Costa, Daniela Mercury e Ilê Aiyê, juntamente com Henri Salvador. A *Ideactif* produziu ainda os shows de música brasileira que aconteceram em diversos pontos do percurso da Maratona de Paris no mesmo ano, também patrocinados pelas duas redes de supermercado. www.ideactif.fr

13 - **Stéphane Delangenhagen (SD)** – Atual representante do selo brasileiro *Biscoito Fino*, na França, foi proprietário, em Paris, de uma loja de discos chamada *Central do Brasil*, especializada em música brasileira. Trabalhou como representante do selo *Trama* e há muitos anos atua como DJ, especializado em música brasileira, em Paris. Foi o diretor artístico de três espetáculos de música brasileira na *Cité de la Musique* durante o Ano do Brasil na França, apresentando:

25 de março : Banda Cabaçal dos Irmãos Aniceto (CE), Heleno dos 8 Baixos (PE) e DJ Dolores (PE)

26 de março : Djavan (AL)

29 de março : Riachão (BA) e Didá - Banda Femina (BA)

14 - **Stéphane Vatinel** (SV) – Proprietário e supervisor artístico de duas renomadas casas de espetáculo em Paris, *Divan du Monde* e *Glaz'Art* . O *Divan du Monde*, situado em Pigalle, tornou-se conhecido por apresentar espetáculos de *musique du monde* tendo passado pelo palco artistas de Cuba, da África e do Brasil. Atualmente, apresenta regularmente o evento *Avenida Brasil*, com shows de música brasileira. O *Glaz 'Art* é mais conhecido pela música eletrônica, entretanto acolheu durante alguns anos, mensalmente, shows de música brasileira, samba e pagode, produzidos por Regina del Papa. www.divandumonde.com
www.glazart.com

O objetivo desta investigação foi contribuir para compreensão da atividade de exportação para a França da música produzida na Bahia. A partir da constatação da falta de dados e de análises em relação às demandas do mercado no exterior, decidimos estudar o processo de compra de espetáculos baianos na França, tendo como base o material empírico colhido em entrevistas realizadas com agentes culturais franceses.

Para entender tal processo, partimos do estudo das representações do Brasil na França, para, em seguida, buscar conhecer as imagens que os franceses fazem da música brasileira. Um dos focos da pesquisa era saber se os profissionais eram capazes de identificar o que se entende como música baiana. Continuamos o estudo investigando os procedimentos operativos que os agentes culturais franceses realizam durante o processo de compra de espetáculos; o que o produtor musical francês conhece da produção musical baiana e através de que canais ele tomou conhecimento dela; como é avaliada a atitude dos profissionais brasileiros envolvidos com os espetáculos; e que estratégias eficazes outros países e regiões do Brasil estão utilizando para promover suas produções musicais.

Principais Resultados

Antes de desenvolvermos a apresentação dos principais resultados obtidos, gostaríamos de ressaltar o sentimento de ambivalência, derivado da histórica relação franco-brasileira, que transpareceu durante quase toda a investigação. A alternância entre a atração e a repulsa pelo *outro* – iniciada com as primeiras incursões francesas em terra brasileiras – que nega e reconhece, ao mesmo tempo, as diferenças culturais, persiste até hoje. As declarações de amor pelo Brasil, a fixação na idéia de *música festiva*, as limitações impostas sobre os tipos de gêneros musicais aceitáveis como brasileiros, a forma de avaliar o comportamento profissional dos artistas e técnicos nacionais, são exemplos de discursos que oscilam entre a admiração respeitosa e o estereótipo associado ao exotismo e às imagens negativas.

Reunimos, na pesquisa empírica, um conjunto de descrições sobre a música brasileira, que se apresenta como argumento favorável para apoiar a primeira hipótese, qual seja, a de que os agentes culturais franceses partilham determinadas representações sobre o que pode ser música brasileira ou baiana, enquadrando-as em determinados formatos, e, conseqüentemente, excluindo outros. Os entrevistados foram capazes de identificar o que chamamos de música

brasileira, desde seus aspectos mais gerais, como sua diversidade, o caráter festivo e a associação ao carnaval, até a descrição de gêneros musicais específicos, a nomeação dos artistas e tipos de performances mais representativos.

O consumo da música brasileira é beneficiado pelo capital de simpatia adquirido pelo Brasil. Os sentimentos de amor e afeição pelo país, influenciam positivamente as perspectivas de sucesso nas apresentações brasileiras. A diversidade dessa música, uma das características mais citadas pelos entrevistados, também proporciona uma vantagem comparativa em um mercado onde o consumidor tem, cada vez mais, práticas culturais heterogêneas, demandando incessantemente opções artísticas e de entretenimento variadas.

Ainda em relação à primeira hipótese, diversos entrevistados foram capazes de descrever as especificidades da música baiana, ou, pelo menos, de dar sentido ao nome *Bahia*. A identificação da Bahia com a cultura africana é imediata e a atração pelo caráter étnico da música baiana foi apontada por muitos. Contudo, o interesse pela música percussiva, a principal marca dos grupos afro-baianos, não tem se refletido em uma presença consolidada na cena francesa. Tais grupos não se apresentam com a constância desejada pelo público e profissionais franceses.

A associação da música baiana à festa e ao carnaval é outro ponto que aparece claramente nas entrevistas. Esta idéia pode, por um lado, engessar as produções musicais na perspectiva de atender unicamente a tais expectativas, mas pode também sinalizar a existência de um mercado potencial para receber uma produção musical tradicionalmente envolvida com festas populares e carnaval. A profícua atividade dos artistas baianos é diretamente relacionada a essa dimensão vital da cultura do estado e deve ser valorizada e incentivada a profissionalizar-se e desenvolver-se, inclusive tecnicamente. A complexa polirritmia da música afro-baiana e sua capacidade de integrar influências as mais diversas, conservando uma identidade própria, podem ser as bases para uma contínua evolução musical, uma das demandas do mercado francês, sempre interessado por propostas inovadoras.

A segunda assertiva da hipótese 1 colocava que o rock, o jazz e, até mesmo, o reggae não são considerados como música brasileira, na França. Algumas declarações dos entrevistados sobre o assunto nos levam a conjecturar que tais gêneros musicais, quando produzidos por artistas

brasileiros/baianos, não interessam aos agentes culturais consultados, que dão como justificativa a resistência por parte do público em ouvir uma música semelhante à que já se produz no *Ocidente* ou, no caso do reggae, na Jamaica. A música latino-americana está, pelo menos atualmente, fixada na categoria *musique du monde*. O que se espera desta música é o *diferente*, o *exótico*. Os gêneros musicais, citados acima, podem até ser aceitos, desde que tenham a “cor brasileira”, ou seja, que a forma de cantar e tocar, os arranjos e os instrumentos sejam típicos do Brasil. Os franceses, portanto, reconhecem a diversidade da nossa música, mas ela deve vir acompanhada de um adjetivo: mestiça. Contudo, consideramos que esta postura pode vir a modificar-se, uma vez que alguns poucos entrevistados mostraram-se abertos a reconhecer como brasileira qualquer tipo de produção musical. Esta atitude aponta para a possibilidade de apreciação da música brasileira a partir de outros critérios, como expressão artística de qualidade e inovadora, livre dos enquadramentos a determinados estereótipos.

A segunda hipótese presumia que os agentes culturais franceses atuam como mediadores entre a produção e o consumo e escolhem trabalhar com determinada proposta musical brasileira, ou baiana, a partir do conhecimento das demandas de seu público. Descobrimos, no conjunto das respostas, uma postura profissional mais complexa do que a levantada na premissa. A maioria dos agentes culturais respondeu que o primeiro critério que utilizam é o gosto pessoal, porém, logo em seguida, complementavam dizendo que tentam adequar suas preferências estéticas individuais às demandas do público, atentos ainda às sugestões e avaliações de seus colegas de profissão. Estas informações nos dão bases para supor que tal mediador está inserido em um processo consoante com comportamentos miméticos contemporâneos, ou seja, apóia-se em modelos atuais já instituídos e aceitos pela sociedade para guiar suas escolhas profissionais, enquanto, simultaneamente, tenta se diferenciar oferecendo novas propostas, de acordo com seu *feeling* pessoal. O mediador envolvido com a compra de espetáculos musicais opera simultaneamente no atendimento ao seu gosto individual, percebendo e analisando os desejos do público e relacionando-se com seus pares, geralmente através de redes formais ou informais; adequando, nos dois sentidos, produção e consumo.

A necessidade da instituição do novo, do diferente é suprida pelo agente cultural quando ele busca apresentar propostas inovadoras. Em relação à aceitação de novas produções musicais brasileiras, muitos entrevistados consideram ideal e desejável a aplicação da fórmula que

conjuga tradição e modernidade. Esta combinação resolve bem duas questões: atende à necessidade incessante de inovação e, ao mesmo tempo, tem a garantia da aceitação de padrões já instituídos, que consolidam identidades culturais.

Ainda a respeito da relação do mediador com o público e sua capacidade de conhecimento sobre o mesmo, ao perguntarmos que tipo de espectador frequenta shows de MPB na França, encontramos profissionais que associam as categorias sociais que têm maior capital cultural adquirido, geralmente provenientes das classes média e alta, como principais consumidoras dos shows brasileiros. O consumo da música popular brasileira por pessoas de alto capital cultural, supostamente capazes de compreender a complexidade das relações internacionais, pode indicar um tipo de alteridade que respeita e legitima a diversidade das culturas do mundo. Por outro lado, devemos ter em conta que pode se tratar de uma moda que, supostamente, valoriza o *outro*, mas acaba por vulgarizar esta alteridade. A mercantilização das culturas do mundo, ao descontextualizar as produções e práticas culturais, as reduz a mercadorias raras e exóticas, vendidas no grande mercado internacional.

A terceira hipótese colocava que não existe um fluxo de informações entre a produção musical atual dos artistas baianos e os agentes culturais franceses. Os entrevistados, ao responderem que não recebem nenhum tipo de informação sobre a música baiana atual, nos dão pistas de que são incipientes ou ineficazes os canais de comunicação estabelecidos entre a produção local e o profissional francês. A eficiência na divulgação dos produtos musicais é de fundamental importância para a promoção desta atividade de exportação. Ao tratarmos do desenvolvimento de estratégias mercadológicas voltadas para a venda da música baiana para a França, fomos informados, de início, sobre a complexidade do mercado de *musique du monde*. Apesar de estar consolidado, hoje, na França, tal mercado sofreu queda na demanda nos últimos anos, enquanto apresentou crescimento na oferta, tornando-se um setor altamente competitivo. Somam-se a isto as barreiras impostas pela França, tanto em termos de legislação - as rádios privadas devem difundir pelo menos 40% de músicas francófonas, enquanto as públicas 60% -, como pelo próprio mercado, que atua para garantir a hegemonia das produções francesas e anglo-americanas.

Os entrevistados identificaram poucos países ou regiões, em concorrência com o Brasil no setor *musique du monde*, que têm uma estratégia mercadológica de exportação de suas músicas. Foram dados como exemplos as regiões da Andaluzia e Catalunha, na Espanha, e os

países Cabo Verde e Israel, que desenvolveram um modelo eficaz de parceria público-privada. No nosso entender, os grandes concorrentes da MPB, na França, atualmente, são a música africana e a música cigana, que ganharam o mercado sem o apoio de uma organização sistemática institucional. No caso da música africana, o fato decorre principalmente das relações históricas entre França e África. Quanto à música cigana, a presença no país, há muitos anos, de músicos de rua dessa etnia, aliada à facilidade de os países do Leste Europeu estarem próximos da França, facilitando as viagens dos artistas, pode ser a explicação de seu atual sucesso.

Voltando à questão da falta de fluxo de comunicação, tal deficiência pode justificar o fato de os profissionais entrevistados terem contratado poucos espetáculos baianos nos últimos anos. Contudo, os agentes foram enfáticos ao falar do interesse em receber este tipo de informação e descobrir artistas tradicionais baianos, desconhecidos do grande público francês. Esse interesse nos permitiu prospectar nichos de mercado para a música baiana. O fenômeno das batucadas francesas pode possibilitar um rico intercâmbio com percussionistas baianos, assim como o interesse pelos trios elétricos apresenta-se como uma oportunidade para artistas e técnicos baianos exportarem uma invenção local. Os pequenos festivais de *musique du monde* e, ainda, os espaços culturais públicos franceses, envolvidos na difusão de propostas artísticas que não recebem promoção da indústria cultural, são também espaços potenciais para a apresentação de artistas emergentes da Bahia. Consideramos que a implementação de canais de comunicação, por meio de iniciativas individuais ou institucionais que garantiriam o fluxo de informações sobre a produção atual, seria um dos primeiros passos a serem dados para a promoção da exportação da música baiana.

A formulação da quarta hipótese - a de que os agentes culturais franceses avaliam negativamente o grau de profissionalismo dos artistas, produtores e técnicos brasileiros - foi feita com base na experiência profissional da pesquisadora, que ouviu muitas vezes comentários negativos por parte de contratantes franceses. Nem todos os entrevistados fazem esta avaliação negativa, mas os agentes especializados em música brasileira, que têm contato direto com as produções nacionais, revelam que tal deficiência ainda é sentida em determinados casos. O que nos pareceu ser o problema base são as diferenças culturais, que se refletem diretamente nas práticas profissionais, e a falta de profissionalismo dos brasileiros. A exagerada quantidade de pessoas na equipe que viaja com o artista; os tradicionais atrasos; a desorganização da produção; e, até mesmo, o alto volume do som que os artistas e técnicos

brasileiros insistem em impor à platéia francesa, acostumada a menos decibéis, podem ser fatores impeditivos ou, ao menos, restritivos no momento de decisão de compra de um espetáculo brasileiro. A solução encontrada pelos contratantes franceses é trabalhar com intermediários como os representantes dos artistas e os *tourneurs* que trabalham na Europa, o que dificulta ainda mais o acesso direto dos produtores e artistas brasileiros ao comprador final europeu.

Apesar de toda a complexidade e dificuldades do mercado, existe, de um lado, a potencialidade de criar/produzir uma matéria rara e sublime – a criação musical – e de outro o desejo de fruir/consumir tal produção. Escolhemos terminar este estudo voltando à iniciativa tomada por Stéphane Delangenhagen ao apresentar Riachão e o grupo afro-baiano Didá - Banda Feminina, desconhecidos do grande público francês, em uma conceituada sala de espetáculos de Paris⁶⁹. Este episódio ilustra o comportamento do agente cultural francês, que busca diferenciar-se apresentando propostas inovadoras, e as dificuldades causadas pela falta de canais de comunicação entre a produção baiana e o consumidor estrangeiro. A determinação de Delangenhagen em concretizar este objetivo, empenhando-se em encontrar, na Bahia, Riachão – um dos patrimônios mais caros da música baiana que, por diversas razões conjunturais, não possui uma organização profissional eficiente – para levá-lo ao encontro do público francês, expõe a potencialidade de um desejo que está além das análises e estratégias mercadológicas. E é disto que nos fala Stéphane Delangenhagen:

SL: Eu me lembro muito bem de Riachão, eu telefonei, a mulher dele atendeu. Foi difícil encontrá-lo, eu pesquisei através de publicações, através da internet, de nome de agentes e, finalmente, encontrei um agente que me deu o telefone do Riachão. Telefonei para a casa dele e sua mulher atendeu ao telefone. Eu disse que estava falando de Paris e que queria convidar Riachão para um show na França. Ele estava consertando alguma coisa no telhado e ela gritou “Riachão! Riachão! É a França!”.

Representatividade, Generalizações e Limites

Buscou-se, ao compor o grupo de entrevistados, montar um quadro significativo de potenciais compradores de espetáculos e representantes de músicos brasileiros na França⁷⁰. Trata-se de

⁶⁹ *Cité de la Musique*

⁷⁰ Ver a apresentação dos entrevistados ao final do cap. 4 .

um grupo de profissionais que se ocupam de diferentes funções e cargos na área de espetáculos ao vivo de *musique du monde*. São diretores de importantes festivais franceses, como o *Jazz à Vienne*, considerado um dos dois maiores festivais de jazz da França, o festival *38ème Rugissants* e o grande festival *Fiesta des Suds*, em Marselha; proprietários de renomadas casas de espetáculo; diretores de programação de espaços culturais públicos como o Parc de La Villette, o maior parque de Paris; representantes de artistas como Fred Gluzman, representante de Lenine, Milton Nascimento, entre outros. O conjunto dos entrevistados leva a crer que as informações obtidas são significativas do comportamento dos agentes culturais franceses ao realizar o processo de compra de espetáculos de música brasileira.

A natureza qualitativa da pesquisa empírica não nos permite, no entanto, generalizações. O universo pesquisado, apesar de significativo, não garante a possibilidade de conclusões sobre a postura da totalidade dos profissionais franceses em relação ao assunto estudado.

As claras limitações da pesquisa partem da opção por pesquisar um único país europeu, em detrimento de outros mercados, tanto na Europa, como nas Américas e até mesmo na Ásia. Outros limites foram o número de entrevistados, 14, e a cobertura em relação ao tamanho e diversidade das regiões do país. Além de Paris, entrevistamos profissionais em Vienne, pequena cidade perto de Lion, e em Marselha. Outro fator de limitação foi o tempo das entrevistas, muitas vezes concedidas em exíguos intervalos de trabalho, o que não permitiu um aprofundamento em temas relevantes levantados.

Abertura para novas investigações

Os resultados da pesquisa e o reconhecimento dos limites da mesma, aliados à convicção quanto à potencialidade da produção dos artistas baianos, nos levam a sugerir uma expansão e aprofundamento dos estudos sobre a exportação da produção musical da Bahia. O assunto merece um desenvolvimento na própria França, aumentando o universo a ser pesquisado e, até mesmo, testando modelos de estratégias mercadológicas. Entendemos que não apenas a França, mas também outros países europeus como a Itália, a Alemanha, a Espanha e Portugal; os países do continente americano e da Ásia, devam ser investigados quanto às demandas em relação ao consumo de música brasileira, dada a carência de informações sistemáticas sobre o comportamento destes mercados em relação ao consumo de espetáculos brasileiros.

Esperamos, com este estudo, despertar o interesse de outros pesquisadores para a importância e especificidade do tema, construindo assim uma rede de conhecimentos fundamentais para o desenvolvimento da atividade musical na Bahia.

Referências Bibliográficas:

ADORNO, Theodor W. **Textos escolhidos**. Trad. Luiz João Baraúna. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

AGAMBEN, G. **Gosto. Enciclopédia Einaudi – Criatividade e visão**. Vol. 25. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1992, p. 139-157.

ASSOCIATION POUR LA DIFFUSION DE LA PENSÉE FRANÇAISE (APDP). FRANCE BRÉSIL. PARIS: MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES, 2005.

ANDRADE, Mário. **Ensaio sobre a música brasileira**, 3ª Ed. São Paulo: Martins Editora, 1972.

AZEVEDO, Vivice M. C; CRUZ, Liberto; EULÁLIO, Alexandre. **Études Portugaises et Brésiliennes**. Paris: Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Rennes, 1969.

AZOYLAY, Eliane. **Paris, capital das músicas do mundo**.

Disponível em: < <http://www.france.org.br/abr/label/label36/dossier/musique/07paris.html> >. Acesso em: 30 mar. 2008.

BASUALDO, Carlos (Org.). **Tropicália - Uma Revolução na Cultura Brasileira**. São Paulo: Cosac e Naify, 2007.

BENDA, Julien. **O pensamento vivo de Kant**. Tradução de Wilson Veloso, São Paulo: Martins Editora, 1965

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. In: Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Lisboa: Relógio D'Água, 1992, p. 71-113.

BENSIGOR, François. **Le Marchè des Musiques Traditionnelles et du Monde en France Inventaire 2004 en Perspective Européenne**.

Disponível em < www.irma.asso.fr/spip.php?article3306 >. Acesso em: 7 jun. 2007.

BHABHA, Homi K.. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BRASIL, Ministério das Relações Exteriores. **Ano do Brasil na França**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2005.

BOULAY, Marinilda B.(coord). **Guia do Mercado Brasileiro da Música 2005**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, ABMI, 2005.

_____. Guia do Mercado Brasileiro da Música 2006-2007. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, Aliance Française, Bureau Export de la Musique Française au Brésil, 2006.

BOURDIEU, Pierre. Gostos, classes e estilos de vida. In: Ortiz, Renato (org). Bourdieu, Coleção Grandes Cientistas Sociais. Num. 39. São Paulo: Ática, 1983, p.82-121.

_____. **Livre-Troca – Diálogos entre Ciência e Arte**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

CAMPOS, Augusto de et al. Balanço da bossa e outras bossas. 3 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.

CARELLI, Mario; THÉRY, Hervé; ZANTMAN, Alain. France-Brésil: Bilan pour une Relance. Paris: Éditions Entente, 1987.

CLIFFORD, James. A Experiência Etnográfica : Antropologia e Literatura no Século XX. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.

DELFINO, Jean-Paul. **Brasil Bossa Nova**. Aix-en-Provence: Édisud, 1988.

DUNN, Christopher. Gringos amantes do Brasil: Como a tropicália ganhou o mundo, na visão de um estudioso americano. Bravo!, São Paulo, nº 120, p. 42-43, ago. 2007.

FERRAZ, Eucanaã (org.). **Letra só Caetano Veloso**. São Paulo: Companhia da Letras, 1993.

FRELAND, François-Xavier. **Sarava**. Paris: Naïve, 2005.

GREENBERG, Clement. **Estética doméstica**, São Paulo: Cosac&Naify, 2002.

KOPOUL, Rémy Kolpa. O Brasil em cem discos: uma seleção, do patrimônio ao futurista. In: RIAUDEL, Michel. France Brésil. Paris: Association pour la diffusion de la pensée française (ADPF) – CULTURESFRANCE, 2005, p. 197-215.

LESPRIT, Bruno. **Bossa nova, une passion française**. Le Monde, Paris, 10 jun. 2005. Disponível em < http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=908945 >. Acesso em: 28 mar. 2008.

KOTHE, Flávio René. **1946 - Benjamim & Adorno**. São Paulo: Ática, p. 47-58, 1978.

LAHIRE, Bernard. **A cultura dos indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

MEDAGLIA, Julio. **Balanço da bossa nova**. In: Campos, Augusto de. (Org). **O Balanço da bossa e outras bossas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978. P.67- 123.

MENEZES BASTOS, Rafael José de. **Les Batutas, 1922: uma antropologia da noite parisiense** in Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 20, n. 58. São Paulo: 2005.

MORTAIGNE, Veronique. **"Tropicalia 2", de Gilberto Gil e Caetano Veloso - Bahia, désordre et douceurs**. Le Monde, Paris: 23/06/1994.

Disponível em: < http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=329919 >. Acesso em: 25 mar. 2008.

MOURA, Milton Araújo. **Carnaval e Baianidade. Arestas e Curvas na Construção de Identidades do Carnaval de Salvador**, 2001. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador: 2001.

NORBERTO, Elaine. Consumo, Mimesis e Sentido. In: Valverde, M. (Org.). **As Formas do Sentido**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE – CITÉ DE LA MUSIQUE. **Le marché du support musical em 2007: chiffres clés**. Disponível em:<http://www.wbm.be/dbfiles/doc436_MME_chiffrescles2007.pdf> . Acesso em: 21 mar. 2008.

ORTIZ, Renato. **Cultura e Modernidade: a França no Século XIX**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.

PARIS-MIX. **Paris capitale des musiques du monde**. Disponível em; < http://www.parismix.fr/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=51 > . Acesso em: 22 mar. 2008.

QUE caminhos seguir na música popular brasileira? REVISTA CIVILIZAÇÃO BRASILEIRA. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, Ano 2, nº 7, mai. 1966. Disponível em: < http://tropicalia.uol.com.br/site/internas/report_caminhos.php >. Acesso em: 21 mai. 2008

RAPPORT au Parlement sur l'application de la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française. Disponível em: < <http://www.culture.gouv.fr/culture/dgIf/rapport/1996/ch-2-5-1.htm> >. Acesso em 2 de jun. de 2008.

ROCHA BRITO, Brasil. Bossa Nova. In: Campos, Augusto de. (Org). **O Balanço da Bossa e outras bossas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978. P.17- 40.

SADIE, Stanley. **The New Grove Dictionary of Music and Musicians**, 2 ed. Londres: MacMillan Publishers Limited, 2001.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço Decente**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, Ed. UFRJ, 2001.

SILVA, B. Coordenação geral et al. **Dicionário de ciências sociais**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1986.

TODOROV, T. **Nous et les autres – La réflexion française sur la diversité humaine**. Paris: Éditions du Seuil, 1989.

TRÉHOREL, Ludvine. **L'expression artistique des cultures du monde en France. Conditions de création d'un nouvel événement**, 2006. 97 f. Dissertação (Master Management des Organisations culturelles) - Université de Paris-Dauphine. Paris: 2006. Disponível em: < <http://www.irma.asso.fr/L-expression-artistique-des> >. Acesso em: 25 mai. 2008.

VABRES, Renaud D.. **Rémise des insignes de Grand Officier de la Légion d'Honneur au Ministre de la Culture du Brésil**. Paris, Ministério da Cultura e da Comunicação, 16 out. 2005. Disponível em: <www.doc.diplomatie.gouv.fr/BASIS/epic/www/doc/DDD/916013057.doc>. Acesso em : 21 mai. 2008

VALVERDE, Monclar. **Estética da comunicação - Sentido, forma e valor nas cenas da cultura**. Salvador: Quarteto Editora, 2007.

VIANNA, Hermano. **O Mistério do Samba**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

_____. O exotismo nosso de cada dia. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 16 mai. 2004. Folha Ilustrada, p. 8 e 9.

VELOSO, Caetano. **Verdade Tropical**. Rio de Janeiro: Companhia de Bolso, 2008.

WORLD music: "one-world fantasy" or marketing tactics? In: MONDIÁLOGO MAGAZINE. Disponível em: <<http://www.mondialogo.org/37.html?&L=0>>. Acesso em: 20 jun. 2007.

ROTEIRO DA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

1- Que tipo de música o programador musical francês identifica como música popular brasileira e, mais particularmente, como música baiana. Esta questão será desdobrada em:

1.1- O que o senhor considera como música brasileira?

a- Quanto às variantes de gênero musical?

b- Quanto aos tipos de performance?

1.2 - O que é o senhor considera como música baiana?

a- Quanto às variantes de gênero musical?

b- Quanto aos de tipos de performance?

Obs.: Estas perguntas serão apoiadas por:

a- Apresentação de uma gravação com trechos de música que deverão ser identificados ou não como música produzida na Bahia.

b -Apresentação de fotos com imagens de performances musicais para identificação ou não como shows de música produzida na Bahia.

2- Quais os critérios usados para programar determinado artista brasileiro, e particularmente artistas baianos, de acordo com o tipo público e o tipo de evento.

2.1- Que tipo de performance ou qual artista brasileiro pode ser programado para o seu espaço ou evento?

2.2 - Existe um público específico para um determinado tipo de artista brasileiro?

2.3 - Que tipo de performance ou qual artista baiano pode ser programado para seu espaço ou evento?

2.4 - Existe um público específico para um determinado tipo de artista baiano?

3- Que tipo de informações sobre a produção musical baiana atual está chegando até os programadores franceses e qual a qualidade e confiabilidade destas informações;

3.1- O senhor tem recebido informações sobre a produção musical baiana atual? Através de que meios?

3.2 – O senhor considera estas informações satisfatórias? São confiáveis?

3.3 – De que forma esta comunicação poderia ser aprimorada?

4 - Identificar as estratégias mercadológicas que outras regiões do Brasil ou que outros países estão utilizando para divulgar suas produções.

4.1 – Em sua opinião, que países ou regiões, em concorrência com o Brasil e a Bahia, estão tendo sucesso com estratégias mercadológicas voltadas para a exportação de sua música popular?

4.2 – Que sugestão o senhor daria para a promoção da exportação da música produzida na Bahia?

5- Como é avaliado o comportamento profissional dos brasileiros na França e como se dão as negociações de contratos?

5.1 – A partir de sua experiência, como avalia o comportamento profissional dos artistas brasileiros? E dos produtores e técnicos brasileiros?

5.2 – Qual a sua experiência com o processo de negociação dos contratos para apresentações dos artistas baianos, quanto a valor de cachê, exigências técnicas, número de pessoas viajando etc?

TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS

Benoit Thiebergien

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

BT: Para mim, pessoalmente, a música brasileira é uma velha história, ela começou há muito tempo. Existem dois artistas, duas personalidades da música que me marcaram, acho que já fazem 25 anos: Baden Powell e Egberto Gismonti. Eu escutei muito os dois, e foram muito importantes na paisagem musical que eu via na época, quando eu era violonista. Então são duas imagens que eu tenho: de uma parte a Bossa Nova - para mim tem dois clichês da música brasileira, que são a Bossa Nova e o samba - e Baden Powell ficou muito conhecido aqui na França, na época da Bossa Nova. E Egberto Gismonti, porque é um personagem muito atípico dentro da paisagem musical brasileira, ele é um violonista, mas também pianista e cantor e com uma abertura musical um pouco mais ampla, com uma verdadeira personalidade musical. Ele tem suas raízes nas tradições musicais brasileiras, mas consegue fazer um percurso diferente, também trabalhou com orquestras sinfônicas, com grupos de jazz. Nos discos de Egberto Gismonti, tanto quando ele toca violão como piano, o Brasil está lá. A música brasileira, para mim, está dentro dos músicos brasileiros, na maneira de tocar. Tem muito ritmo também, tanto no jazz, na Bossa Nova, os ritmos sincopados, que são para nós a característica da música brasileira. Depois, vieram as grandes figuras do tropicalismo, Gilberto Gil e Caetano Veloso e os outros, que eu conheci um pouco mais tarde, e que para mim é um movimento musical antenado com sua época, ou seja, envolvido em um tipo de movimento um pouco alternativo, tinha a forma musical e artística de um movimento maior que buscava de uma alternativa à música erudita, à música típica, à música folclórica. E depois, o samba, esta forma popular que ninguém pode ignorar na música brasileira, porque tem o carnaval e todo mundo fala disso. Então o Brasil, o carnaval, o samba, a batucada e as outras formas, como o maracatu, esse canto e percussão popular de rua na ocasião dos desfiles. Quando eu tive a oportunidade de ir à Bahia, numa época que tinham muitos eventos, foi lá que me dei conta... Que não tinha dado nem no Rio nem em SP. Eu conheci Salvador e foi lá que eu entendi que a música é uma tradição viva, através da música se cria uma força social, cria uma dinâmica social que eu achei muito importante, muito dinâmica e com grande capacidade de integração, dos jovens, de todos que têm a oportunidade de participar de uma forma ou de outra do samba ou dos grupos de percussão.

LV: O senhor consegue fazer uma distinção entre a música brasileira em geral e a produção musical da Bahia?

BT: Antes de conhecer a Bahia, a imagem que eu tinha da música brasileira era isto: samba, bossa nova e os grandes cantores do tropicalismo. Quando eu cheguei à Bahia me dei conta que, de fato, tem muitos outros tipos de música no Brasil, que são pouco midiaticizados na Europa, na França, e que são muito populares e muito diversificados em função das diferentes regiões as quais eles pertencem. Eu penso no forró e em outras formas musicais que não eram conhecidas na França e que agora começam a ser conhecidas. Hoje, a diversidade das formas musicais brasileiras começa a ser midiaticizada aqui na França, enquanto antes só tinha o clichê da música brasileira, que era o samba e bossa nova. Tem também tudo o que é ligado ao candomblé, os atabaques, os tambores sagrados. Eu acho que tem que ir à Bahia, tem que ir a uma cidade cultural muito dinâmica para se dar conta a que ponto a música brasileira, devemos falar mesmo das músicas brasileiras, porque são muito numerosas e diversificadas... Eu acho interessante é que é uma música de mestiçagem. Eu que viajo e trabalho com a música africana, a gente nota que a África está lá, principalmente na música de percussão. A gente encontra também as formas populares ou tradicionais de Portugal e todas estas influências acabam por criar uma música que encontrou uma identidade, que é facilmente reconhecível em relação a outras músicas do continente americano, e que é o resultado desta composição de diferentes culturas, de diferentes povos, mas que é *sucré*⁷¹, ou seja, a música é *sucré* culturalmente, que é o que chamamos de sincretismo. São formas novas, uma nova forma de identidade que vem das diferentes culturas que se encontraram no Brasil ao longo de sua história. E por isso é, verdadeiramente, um país apaixonante.

Por outro lado, tem pouca produção de música clássica, de música contemporânea, no sentido ocidental do tema. Estamos falando de música erudita, talvez eu não tenha encontrado, como já encontrei na Argentina, no Chile, na África do Sul. Pode ser que tenha mais produção no Rio ou em São Paulo, mas na Bahia eu não tive a ocasião de entrar em contato com os compositores e músicos que estejam inscritos nos domínios da música contemporânea, pelo menos da forma como imaginamos ou como a vemos aqui na França e na Europa. Para mim, é muito mais música popular ou o que chamamos de música atual, na França, ou seja, toda a música ligada à música popular como o rock, o jazz, música eletrônica e às formas daquilo que chamamos de *musique du monde*. Antes nós dizíamos música séria e música ligeira, mas

⁷¹ Mantivemos a palavra em francês. Uma tradução literal para o português, *sucré* quer dizer adocicado, mas poderíamos traduzir como um amálgama doce.

já tem muito tempo, hoje estamos adotando uma terminologia de música erudita, que é a música clássica e a contemporânea, e a atual, que são todas as músicas produzidas por autodidatas, músicos que não passaram pelos conservatórios, pelos solfejos, pela aprendizagem dos instrumentos de música clássica. É uma música tocada por músicos autodidatas que saíram dos meios populares e que fazem na França o rock, o pop, o rap, a *variété*⁷² também, a *musique du monde*, *world music*. Eu sinto que se faz mais música atual na Bahia do que música erudita, orquestra, ópera, as formas líricas, esta é a imagem que eu tenho desta pequena experiência na Bahia.

LV: Tem algum gênero musical que não pode ser considerado como música brasileira? O rock, por exemplo?

BT: Para mim o rock não é uma forma que caracteriza a música brasileira, nem o rap. Talvez a fusão entre música popular e música eletrônica começa a se desenvolver, percussão eletrônica com percussão real. Tem todo um movimento de música eletrônica que hoje está reunido como um tipo de música urbana. As músicas urbanas são muito vivas, muito dinâmicas.

No Brasil, eu percebi, mas não tive tempo de desenvolver, mas acho que tem também as músicas populares tradicionais que são muito vivas também. Eu me lembro das músicas que ouvi em Santo Amaro e tive uma impressão que em todas estas regiões do Brasil nós vamos encontrar músicas extremamente diversificadas muito, muito ligadas ao território e que não são o que temos como imagem da música brasileira. Tem também, talvez, o que chamamos da música ameríndia que parece que está se desenvolvendo, que eu ouvi quando estava na Bahia. E me parece que representa um movimento importante porque é uma música que atua como porta-voz das reivindicações dos índios que procuram sua própria identidade no Brasil (não sabemos identificar que tipo de música o entrevistado está falando). Então, é a união de todos estes elementos que fazem para mim a riqueza da MB das músicas brasileiras.

LV: O senhor acha que a música popular brasileira tem um público fidelizado na França?

BT: Sim, tem o grande público que é a da geração dos tropicalistas, de 45 a 50 anos. Gilberto Gil, se ele fizer um show aqui, ele vai reunir muita gente. Caetano Veloso a mesma coisa. Enfim, tem artistas brasileiros desta dimensão, que tem um grande público que são hoje conhecidos e reconhecidos internacionalmente.

⁷² Música popular francesa.

LV: E Carlinhos Brown?

BT: Carlinhos Brown também. Mas Carlinhos Brown é mais novo, acho que nós vamos encontrar sua identidade entre a música fortemente enraizada na cultura brasileira, mas de uma forma um pouco mais pop, formatada pela indústria musical internacional. Carlinhos Brown é um artista que é formidável nos shows, mas é um pouco decepcionante nos discos, ele é muito desigual. Diferente de Gil ou Caetano, é sempre um evento quando eles lançam um disco. Então, Carlinhos Brown é mais desigual, eu me lembro de uma reportagem sobre ele que me marcou muito, mas quando eu comprei o disco fiquei um pouco decepcionado. Então, tem uma indústria musical que formata um pouco uma música que é muita mais rica na origem e que são obrigadas a entrar numa espécie de standardização para atingir a um nível mundial, um público maior possível. Por outro lado, eu notei também nos festivais de *musique du monde* aqui na França, que estão programando grupos, menos conhecidos, de jovens artistas que fazem forró, que fazem batucada. Por falar nisso, existe cada vez mais grupos de batucadas de franceses. E é interessante, eles não são brasileiros, mas trabalham muito para conseguir fazer a rítmica brasileira e podemos dizer que, de repente, pode acontecer com esta música o que aconteceu com a música africana, fazer uma escola na França. Os jovens hoje, nas escolas privadas, não no conservatório, começam a aprender as percussões africanas, podemos dizer que na França já faz muita percussão africana tradicional. Da mesma maneira que já tem muitas escolas que têm grupos de batucada que trabalham e animam as festas nas cidades. É uma música que não é de jeito nenhum européia, cujas raízes vêm do Brasil, mas começa a fazer parte da cultura musical da juventude aqui na Europa, isto é interessante.

LV: Talvez com isso esteja havendo também uma formação de público, porque estes músicos, quando tiver m show de grupo de percussão da Bahia, por exemplo, eles virão ao show.

BT: Sim, tem apaixonados de música brasileira que regularmente viajam à Bahia ou ao Rio, que trabalham nas escolas de samba, que fazem o carnaval, que voltam e transmitem, um pouco, essa energia, essa dinâmica, essa cultura de música popular, de música de rua. Acho que pode se desenvolver uma dimensão de espetáculo ao vivo que chamamos aqui de artes da rua, de música da rua, que pode ser interessante.

LV: Podemos classificar esta música apenas como música de festa ou esta música pode ir além disto?

BT: Sim, é uma música de festa, mas não quer dizer que não tenha uma dinâmica de uma música que é muito exigente, difícil de tocar, que necessite de um talento especial e, mesmo assim, é muito alegre, muito festiva, não é uma música séria, austera como é a música contemporânea aqui. Por outro lado, tem muitos compositores de música contemporânea que se inspiram na música popular para escrever suas peças, que se inspiram na música africana, na música da Indonésia, na música *Bartok*, na música da Europa Central. Mas eu não tenho na memória se existem compositores contemporâneos que se inspiraram na música brasileira, para enriquecer a cultura erudita, contemporânea, escrevendo para *ensembles* ou orquestras.

LV: O senhor recebe as informações sobre o que esta sendo produzido musicalmente hoje na Bahia?

BT: Sim, eu conheço agentes que são especializados em música brasileira, tem os *tourneurs*, são poucos. O Frédéric Gluzman e o Marc Régnier do *Outrobrasil*, é através destes dois agentes artísticos que a música brasileira evolui aqui na França.

LV: O senhor já recebeu alguma informação sobre a produção da música brasileira através de alguma instituição brasileira pública ou privada?

BT: Eu não me lembro de nenhum projeto institucional que tenha tentado promover a música brasileira. Nada como faz, por exemplo, Canadá que dinamiza de forma institucional sua música. A Noruega, nos países nórdicos os artistas são muito, muito apoiados pelas instituições.

LV: Você se lembra de ter visto stands de promoção de Música Popular Brasileira, em feiras ou salões de música internacionais?

BT: Não me lembro.

LV: E a África, faz este tipo de promoção institucional?

BT: Na África só tem os operadores privados. São poucos os governos que tem ministério da cultura na África. É verdade que muitas vezes a música quando se organiza, ela pode trazer divisas para o país, mas eu não conheço um programa institucional africano que tente vender a música africana na França. Por outro lado tem muitos operadores privados, agentes, que trabalham com esta música, por que ela faz sucesso aqui. A maior parte dos artistas africanos faz a carreira deles aqui na França e Paris é considerada como a capital da *musique du monde* e , pelo fato de terem feito sucesso na França, de terem gravado um disco, eles ficam famosos

em seu país de origem, é uma forma de legitimação. Muitas vezes, quando eles ficam muito famosos, eles reinvestem nos países deles, na África, com N'ssoudour, Salif Keita, artistas que se tornaram planetários e voltam para África, constroem oficinas de instrumentos, criam selos discográficos. Um pouco como Carlinhos Brown fez no Candeal, na escola Pracatum.

LV: Por que o senhor considera que Paris é a capital da *musique du monde*?

BT: Porque Paris tem uma comunidade estrangeira enorme, principalmente africana, existem muitos africanos que vivem hoje em Paris. Tem um circuito de difusão institucional na França que é muito desenvolvido e faz com que os investimentos na cultura sejam os maiores entre os países da Europa. Tem muitos selos aqui em Paris, selos de *musique du monde* e Paris tem muitos espaços de shows, espetáculos o que fez da cidade um centro importante para a *musique du monde*. Mais particularmente, em relação à África, porque é muito ligado às antigas colônias, mas hoje todos os países estão representados aqui.

LV: Como o senhor teve a experiência de ter conhecido um pouco da produção musical da Bahia e viu a quantidade e a diversidade de músicas produzidas lá, que sugestões o senhor daria para o desenvolvimento da exportação da música baiana?

BT: Eu não sou representativo da profissão, eu não sou um comprador que compra pelo catálogo. Eu faço projetos específicos de criação, de encontros entre artistas. Talvez eu possa ver alguém em um catálogo e eu mesmo vou fazer minhas pesquisas. Para mim, a melhor maneira de saber se o artista corresponde ao que eu procuro é nas relações interpessoais e nisto eu não estou sozinho, eu sei por que nós, programadores de festivais, discutimos muito sobre isto. Existe um setor que compra pelo catálogo, chega lá um agente apresenta o disco do artista e o programador diz “isto me interessa”. Eu quase sempre monto um projeto que depois pode até fazer uma turnê. Uma das maneiras, para mim é a maneira mais eficaz, é ir no lugar e encontrar pessoalmente os artistas, os responsáveis do grupo. Então uma das iniciativas que pode ser interessante é de convidar o programador, quando tem um festival, quando tem uma feira, como o Mercado Cultural. Lá eu sei que por três ou quatro dias eu vou poder ver os músicos no palco. Eu preciso ver os músicos no palco, se a música me agrada, no meu processo de compra, em princípio eu tenho que me colocar em contato com aquela música, eu ouço. Depois, se, por exemplo, tem mais informações no Myspace⁷³, se tem um CD ou se outros colegas profissionais me dizem “Olha, escuta isso que é formidável!”, mas

⁷³ Site especializado em difundir a produção musical de artistas do mundo inteiros. Disponibiliza fonogramas, fotos e vídeos.

eu tenho que ver o artista no palco. E para ver o artista no palco, ou ele tem que vir aqui na França, ou eu tenho que viajar até o país dele. Então, eu sou convidado muitas vezes pelas instituições, em diferentes países, como a Noruega, Espanha, etc, para conhecer os artistas. Já fui à Espanha, já fui a Israel, convidado por um festival, eles convidaram uma dezena de programadores e realizaram *showcases*. Na época do festival, eles organizaram o encontro dos programadores com artistas em *showcases*. Eu fui convidado para ir ao Canadá, fui ao Quebec e Ontário. Muitas vezes, é a partir destes encontros e destas viagens que os projetos são montados. E para isto tem muitas instituições, instituições governamentais, não privadas, ministério da cultura, ou equivalentes ao Goethe Institut, Cultures France, Instituto Cervantes. Eles entenderam que o interessante era convidar os profissionais para vir na ocasião dos festivais, era a melhor maneira de ver uma quantidade de artista com um mínimo de tempo. Então podemos pensar, por exemplo, que a prefeitura de Salvador, na ocasião de um festival, não sei, por exemplo, se o Perc Pan ainda existe, ou que eles mesmos organizem um festival. Fazer um festival com uma representação importante do conjunto que faz a riqueza da música da região da Bahia e convidar uma seleção de profissionais que podem se interessar em vir conhecer esta produção musical e em seguida podem vir a ser produzidos pelos agentes na França ou serem convidados pelos programadores dos festivais. Isto é uma ação que funciona bem, eu como programador desconfio do disco, porque hoje no estúdio você pode fazer muitas coisas... O que eu falo é ir ver o artista no palco. Saber como é a relação dele com o público, qual a energia, qual o carisma e é isto que eu procuro. Se eu for seduzido pela performance em cena, aí eu o convido.

LV: Qual a sua avaliação em relação à atitude dos profissionais, músicos, produtores, técnicos baianos, a partir de sua experiência no festival?

BT: Pela minha experiência eu não tive problemas, mas sei que pode acontecer. Mas eu tenho uma idéia que existe uma profissionalização dos artistas no Brasil que é comparável ao que a gente encontra nos países europeus. O que não é o caso da África, lá tudo é muito mais complicado porque a profissão ainda não é organizada. Eu tenho uma impressão que no Brasil eles são organizados, devem ser suficientemente organizados para poder fazer turnês, serem exportados, sem que isto represente encontrar dificuldades, em termos de diferenças culturais, de organização, tais que se torne problemático organizar uma turnê. Uma vez aqui na França, eles são muito *charmants*, os brasileiros, não vejo problema de relação com os músicos brasileiros eles são afáveis. Pela experiência que eu tive.

LV: Como é a negociação de cachês? Existe uma tabela *musique du monde*?

BT: Tem os artistas conhecidos que já tem o cachê estabelecido e aqueles que não são. Os que não são conhecidos, se eu programo artistas que não são conhecidos, mas que eu acho interessantes, eu vou fazer uma proposição média dentro do que se paga na França para este tipo de música.

LV: Tem um cachê mínimo?

BT: Tem um cachê mínimo, mas é muito pouco, é para os artistas que trabalham nas orquestras. Geralmente o mínimo é 80 euros líquido. Mas a média para os músicos é entre 200 Euros e 600 Euros por apresentação, é variável, para os artistas que não são conhecidos. Para os conhecidos é uma negociação. Em geral 2000, 3000 euros, em torno disso. Depois, tem as passagens de avião, lá também é onde o poder público pode intervir, arcando com as passagens de avião. Porque muitas vezes a viagens e as despesas com hospedagem e alimentação são maiores que os cachês. Um artista que vai fazer uma turnê, se ele tem as passagens pagas pelo estado, para nós programadores é mais interessante, nós estaremos mais inclinados a programá-lo se soubermos que ele tem uma ajuda para as passagens de avião. A Noruega, países nórdicos, Canadá, fazem este tipo de investimento. Tem muitos países que apóiam seus artistas em viagens internacionais.

LV: No Brasil tem um programa de apoio a viagens internacionais, mas a informação que eu tenho é que a resposta demora tanto a sair que, no caso dos festivais que fecham as datas com muita antecedência, não funciona.

BT: A programação do Festival *38ème Rugissants* vai de outubro a novembro e eu fecho a programação em fevereiro. Para isto, o artista já dever saber se ele vai ter as passagens ou não. Nas casas de espetáculo, eles fecham a programação com 3 meses de antecedência. Para fazer uma turnê, utilizando a rede das grandes estruturas institucionais de difusão na França, é um ano antes. Eu já fechei a programação deste ano. Em abril, já estou trabalhando na impressão dos programas. Os grandes festivais de verão fecham um pouco mais tarde, em março, abril.

Bernard Aubert

LV: O senhor poderia descrever o que chamamos de música popular brasileira?

BA: O que é curioso na França é que há uma grande ligação dos artistas brasileiros com a França. Há uma quantidade enorme de artistas que se apresentaram aqui. Claro que o primeiro é Gilberto Gil e toda a equipe em volta dele. Surpreendentemente, nós temos problemas com a nova música brasileira, pessoas como Lenine, pessoas assim são conhecidas na França, mas não por uma larga escala de público. Tem todo um trabalho a fazer para que novos grupos sejam conhecidos: apresentá-los, mostrá-los em festivais renomados de *musique du monde* e fazê-los entrar em algo maior. Em todo caso, o *Fiesta des Suds* tem um papel de grande importância sobre este tipo de música, todos foram programados no *Fiesta*. A dificuldade que existe, para a música brasileira, é, evidentemente, as viagens, tudo que é custo em relação a esta música. É verdade que quando falamos da música norte-americana não temos este problema porque tem sempre os produtores que pagam as viagens e as turnês, tem um lado promocional em relação ao artista. Eu acho que o maior trabalho a se fazer em relação da música brasileira é resolver este problema dos custos das viagens porque é um custo enorme.

Existe um enorme interesse do público francês em relação aos artistas. Entre Rio e Salvador a diferença é média, mas, atualmente, Salvador exerce interesse maior para os espectadores de Marselha. Talvez porque nós somos um pouco mais modernos, temos uma origem étnica, somos capazes de dizer “Nós viemos de tal região”. Temos um lado africano, um tipo específico de música, mas também tem um interesse muito forte sobre o que se está fazendo lá, que também tem um lado moderno, como aqui em Marselha. Um lado moderno, mas também tradicional, que tem uma origem, de algum modo africana, etc. etc. ... Mas que também é capaz de fazer o rap, a música eletrônica, o *funk* e isto interessa enormemente o público francês. É verdade que a dificuldade é que, nós todos, não importa qual idade fomos educados pela bossa nova, que marcou nossos ouvidos como música brasileira. Está começando a mudar um pouco.

LV: O grande público ainda está mais para bossa nova e o samba?

BA: Quando vemos o sucesso dos shows de Chico Buarque e Gilberto Gil e todas estas pessoas, estamos falando do grande público, ele está mais interessado para este tipo de música. Ele quer reviver um pouco a bossa nova etc. Por outro lado o público mais *atenado*, mais novo, é mais interessado por uma música mais elétrica, depende da idade das pessoas.

Mas vai haver sempre um lado nostalgia eterna como acontece com outras músicas. Se nós trazemos um grupo de Cuba ou de São Domingo ou da Jamaica, nós estamos todos procurando um pouco a origem deste tipo de música. E está a começando a mudar. E existe um verdadeiro interesse para que os músicos brasileiros se reprogramem mais nos festivais. Curiosamente, o Ano do Brasil na França, que por um lado permitiu ver todo tipo de música brasileira, mas, depois que terminou, diminuiu bastante o número de shows de música brasileira na França.

LV: Por quê? O que aconteceu?

BA: Atualmente recebemos poucas propostas de artistas brasileiros. Mesmos os agentes franceses e os agentes internacionais têm feito poucas propostas de shows brasileiros. Realmente, depois do Ano do Brasil na França teve uma queda e só agora os agentes recomencam a nos propor artistas, já se passaram 3 anos. Eu não sei qual foi a razão, talvez uma overdose mediática, alguma coisa assim, pode acontecer. Porque o Ano do Brasil na França deveria ter permitido fazer com que os novos artistas brasileiros fossem conhecidos, mas não foi o que aconteceu. Djavan, por exemplo, que foi um dos que mais fez turnês, Djavan há 5 ou 6 anos era muito ouvido na França.

LV: E a Bahia, o senhor consegue distinguir a música baiana?

BA: Se falamos da Bahia, pelo menos temos que falar é claro tem os grupos de carnaval da Bahia, eu já programei grupo de carnaval duas vezes, eu conheço bem estas músicas, os Filhos de Ghandy, este gênero de música, isto me interessa muito. É difícil de trazê-los para Europa porque devem ter pelo menos uns trezentos, para servir como um testemunho do desfile imenso que se faz lá. Mas por exemplo, se me propõem Armandinho este tipo de música, um pouco rock, um pouco de Brasil eletrificado... Isto me interessa muito. Acho que tem uma afinidade muito maior entre Marselha e Bahia do que entre Marselha e o Rio.

LV: O senhor se interessaria por rock ou música eletrônica feita na Bahia?

BA: Sim, mas tem que estar situada lá. É como os africanos, ou seja, nós podemos convidar um grupo de rap africano, senegalês ou de Camarões, mas é como dizemos aqui que “já temos isto na *Casa*”. Então, penso que a música brasileira tem que conservar uma especificidade brasileira, em relação aos arranjos, aos instrumentos e é isto que estamos buscando quando convidamos artistas brasileiros. Eu sei que tem grupos que a gente não reconhece que sejam brasileiros, exceto pela língua. Tem grupos de rock brasileiro que são muito interessantes,

mas que atingiram o nível de grandes estrelas internacionais. Mas é verdade que a reação do público e para nós, os programadores, é encontrar o som, os instrumentos, a forma brasileira de cantar as músicas, qualquer que seja a região, seja Salvador ou Rio.

LV: E a música percussiva?

BA: Aí tem uma coisa ainda a se desenvolver na França, a música percussiva ainda é pouco trabalhada, tudo que é música de percussão, música de carnaval, tipos de formação, nós ficamos ainda ligados a uma visão do Rio e pouco ao que é ligado a Salvador e ao norte do Brasil. E isto que deve se desenvolver aqui, porque tem muita demanda.

LV: O senhor já foi ao Mercado Cultural?

BA: Sim, já fui. Eu encontrei pessoas lá e é isto que é importante. O Mercado Cultural precisa ser mais conhecido na Europa, são poucos os organizadores de eventos que conhecem o Mercado. Então deveria entrar em contato com o Fórum Europeu que é uma rede dos Festivais de *musique du monde* na Europa que são uma vintena. Eles precisam ser mais conhecidos aqui na França e na Europa. Porque, a experiência que eu tive lá foi de uma grande revelação em relação à riqueza das músicas, aqui nós ficamos ainda um pouco presos a um tipo de som e limitados a alguns artistas.

LV: Quais são os critérios que o senhor utiliza para escolher um artista brasileiro para a programação do festival?

BA: Eu tenho dois: um, e não importa qual o país que você escolhe para convidar um artista, nós buscamos programar o que é a base da música deste país. Porque cada país tem uma originalidade e, na minha opinião, deve ser preservada, no senso estrito do termo, isto não impede que as pessoas façam fotocópias, mas nunca é a mesma coisa. É verdade que tenho vontade de programar, como organizador, os grandes nomes da música brasileira porque sei que eles são bem recebidos. Mas eu procuro também artistas que buscam inovar o som. Eu falo de Lenine, por exemplo, que é capaz de misturar o rock com a música brasileira e tem coisas a se fazer em torno disso.

Meu gosto não é sempre o mesmo do público, porque como organizador de Festival posso estar interessado nos artistas mais antenados, mas não é sempre o que vai acontecer em relação do público porque o Brasil tem um imaginário aqui na França que é ainda a bossa nova e o samba. O afoxé e todas estas outras músicas são ainda pouco conhecidas ainda.

LV: E Carlinhos Brown?

BA: Carlinhos Brown faz parte dos artistas que eu gostaria de programar, por exemplo. Ele ainda não se apresentou no *Fiesta des Suds*, mas ele começa a ser muito conhecido na Europa e já fez muitos festivais. Ele é um artista que é ao mesmo tempo tradicional e moderno, é interessante.

LV: O senhor costuma receber informações sobre a produção musical atual da Bahia?

BA: Muito pouco. Na verdade, nós percebemos, participando de feiras como o MIDEM, que se está fazendo alguma coisa para um determinado tipo de público, mas, em relação aos organizadores de eventos, não se fez muita coisa. Tem muito ainda a ser feito. Nós organizamos em março, um fórum sobre *musique du monde*, que é o Babel Med Music, e a presença brasileira é muito pouco importante, o que é uma pena, porque participam 200 a 300 dos maiores eventos da Europa. Tem uma quantidade enorme de organizadores de pequenos festivais franceses, espanhóis e italianos e sei que eles são muitos interessados pela música brasileira. Eu acho que eles têm que ser mais eficazes, se tiverem interesse em ter uma presença mais forte nas ações sobre os espetáculos ao vivo, muito mais do que na área discográfica.

LV: Tem um trabalho que a BM&A está fazendo em relação à exportação da música brasileira, mas penso que eles estão se concentrando mais no mercado fonográfico.

BA: Eu acho que eles estão cometendo um erro, eles deveriam dar mais atenção aos shows. Porque são os shows que alimentam a produção destes artistas, quando alguém vai a um show e gosta, ele quase sempre vai querer comprar o CD, mas, sobretudo, visto a crise do disco na Europa, e eu imagino que no Brasil seja o mesmo caso, os shows voltam a entrar na moda e tem que se fazer alguma coisa em torno disso.

LV: O senhor poderia citar países, que podem estar em concorrência com o Brasil, que têm estratégia de exportação de sua música?

BA: Para mim existem dois fortes que estão muito presentes. Não tem muito tempo tinha o Senegal, mas eles perderam um pouco do *pique*, por razões que eu desconheço. Por outro lado, tem duas regiões que são fortes, que é a Catalunha e a Andaluzia. Eles têm uma presença efetiva em todos os mercados, eles apóiam os artistas, fazem compilações, têm todo um trabalho que é feito junto a organizadores de eventos. E existe um pequeno país, mas que se “vira” muito bem que é o Cabo Verde. Os cabo-verdianos com Cesária Évora e seus

amigos, realmente trabalham com o desenvolvimento da carreira de uma quinzena de artistas muito importantes e quando comparamos com a dimensão do país é enorme. Tem uma indústria que se criou entre Paris e Cabo Verde, que é interessante analisar.

LV: Mas são as iniciativas sempre privadas, são os agentes?

BA: Tem os dois, para o Cabo Verde, às vezes, é a iniciativa pública, com uma presença no mercado e, sobretudo, pelos empresários, como do agente José da Silva, de Cesária Évora, em Paris, que é um cabo-verdiano, e que fez um grande trabalho lá. Financeiramente, realmente os catalães e os andaluzes para mim são, na Europa, os mais fortes, porque eles têm o lado privado, eles têm um mercado de música interno e tem também uma visão governamental de apoio.

LV: Eles têm o apoio do governo?

BA: Sem dúvida, principalmente os catalães.

LV: Eu penso que esta é uma intenção das instituições governamentais brasileiras, mas que não encontraram o caminho para chegar até o senhor, por exemplo.

BA: Eu acho normal, porque no começo o Brasil foi tomado pelo grande sucesso financeiro das empresas de produção de disco. A crise do disco fez com que todo mundo voltasse ao zero e estamos refletindo sobre como podemos sustentar uma cultura da música. Então, talvez isto vá começar a acontecer agora. O que não quer dizer que eles não devam estar presentes no MIDEM, mas é preciso marcar a presença do Brasil, ou do estado da Bahia, é preciso se diferenciar e sobre tudo trabalhar com os shows ao vivo. Existe uma demanda enorme do público, neste nível. Dos grandes festivais e dos pequenos festivais. Os pequenos eventos que são organizados, por exemplo, em Biarritz e Nice, na costa oeste, que tem quase 300 organizadores de eventos, é enorme. Se um artista brasileiro consegue fazer 300 concertos por ano, já está bom, não é? Então tem muito trabalho a ser feito neste nível.

LV: Pela sua experiência qual a avaliação que faz da atitude profissional do artista brasileiro?

BA: Quando estamos negociando com um *tourneur* europeu e quando se compra o espetáculo dele, não tem nenhum problema. Quanto você tem uma relação diretamente com um brasileiro, lá tem um trabalho a ser feito mais sério, do contato direto. Não é fácil trabalhar diretamente com os contatos no Brasil, para lhe dizer honestamente. Os contratos, a forma de pagar as pessoas... Por exemplo, cada vez que nós tentamos trazer diretamente as pessoas do

carnaval da Bahia ou outros grupos, sempre tivemos problemas de organização em geral, é preciso muito, muito que se profissionalize este trabalho lá. Quando nós tentamos trazer uma centena de músicos do carnaval de Bahia foi um problema conseguir trazê-los. Eles não chegaram no dia certo, chegaram primeiro em Madrid e depois em Marselha, aconteceram coisas muito graves. Foi um problema para os organizadores. Eu imagino que se fosse uma turnê teria sido muito complicado. Eu acho que os artistas brasileiros, talvez, devam procurar nas feiras internacionais os *tourneurs* europeus que assumam os artistas e os façam rodar pela Europa. Isto facilita realmente as coisas.

LV: O senhor considera que iniciativas como o Mercado Cultural são boas iniciativas?

BA: Eu acho que todas as iniciativas no país de origem para atrair os organizadores de eventos, os jornalistas, sejam franceses, sejam europeus, é positivo. Depois eu acho que é muito importante a presença na Europa de delegações capazes de reunir uns 50 artistas e apresentá-los por meio de CD ou de DVD, mas tem realmente um trabalho a ser feito sobre a presença dos artistas brasileiros na Europa. Nós poderíamos fazer uma parceria especialmente com o Estado da Bahia para ter uma representação aqui no *Babel Med*, isto nos interessa. Eu realmente conheço um pouco disto, porque, às vezes, nós somos capazes de apresentar o artista para os maiores festivais da Europa. Se nos convidarem, nós vamos lá. É importante, para trabalhar o desenvolvimento da carreira de um artista precisa vê-lo *in situ*, para depois programá-lo em outras partes, com certeza. Daniela Mercury, no começo de sua carreira, eu a vi em Salvador, eu fui um dos primeiros a programa-lá em Nimes, na época eu trabalhava em Nimes. Há uns 15 anos. Foi porque eu a conheci no carnaval da Bahia que eu vi que era alguém interessante.

Frédéric Gluzman

FG: Acho importante a interação entre o selo, o artista, o agente aqui na Europa e a produção brasileira, fico no meio de tudo isso. É como se fosse um jogo e eu fico no meio de tudo isto. Meu trabalho é fazer com que tudo dê certo para o artista, então eu tenho que colocar as pessoas juntas. Este selo, a *Discograf* (selo francês que vai lançar Vanessa da Mata na França), fez este disco que o Milton gravou aqui em setembro com os irmãos Belmondo, que são dois irmãos que fazem jazz, muito famosos. A gente gravou este disco em Paris e fui encontrar com eles da *Discograf*, eu falei da Vanessa da Mata e gostaram muito do disco dela, assinaram a licença com a BMG no Brasil e está indo bem. Eu fiz o mesmo com o Lenine também.

Isto vai ajudar a turnê, agora o nosso objetivo é de entrar na lista de programação de uma rádio grande francesa. Isto é muito importante, porque o artista brasileiro tem que chegar aqui com um projeto. O que eles precisam, além de ter uma organização de turnê aqui na Europa, que eles têm comigo, ou com outras empresas, é primeiro ter uma distribuição de disco aqui, porque você vai às lojas de discos aqui e não encontra os discos. Quer dizer, tem sempre disco de artista brasileiro, sempre tem uma seção brasileira, mas não tem uma atividade de distribuição de discos e o artista brasileiro vende poucos discos aqui. O caso de Caetano, por exemplo, ele não vende muitos discos aqui na França, ele deveria vender muito mais discos, mas sempre tem este problema entre Universal, ou EMI ou BMG no Brasil, e os afiliados na Europa. É sempre complicado mexer com as coisas aqui para que o artista tenha uma visibilidade grande com o selo europeu. Nosso objetivo é de encontrar o melhor selo possível para o artista e para a melhor visibilidade do artista. O mais importante é entrar na programação da rádio, porque o que faz o sucesso do artista, isto em todos os países, no Brasil, na França, se você escuta o artista na rádio, se a sua música entra na rádio e toca 2, 5 vezes por dia, você vai vender discos. Mas, eu não conheço nenhum artista aqui que teve uma visibilidade radiofônica, de ser programado na rádio, forte. E eu estou convencido, estou certo, que se o artista entra em uma rádio geral, não uma rádio especializada, a Radio Nova e Rádio Latina são boas rádios, mas são pequenas, a Nova está maior agora, está abrindo filiais em outras cidades da França, mas eu estou falando da France Antenne que é uma rádio nacional, eu falo de Europe 2, RTL que são as grandes rádios nacionais com muitos ouvintes. Quando você entra na programação da rádio... É com isto que o artista vai crescer, as vendas vão crescer, o marketing do artista vai crescer. Então as condições de turnê vão ser melhores,

as vendas de discos vão ser melhores.

LV: Mas aqui acontece o mesmo que no Brasil, tem jabá⁷⁴?

FG: Tem também isto, mas isto vai acontecer com grandes artistas com implicações financeiras grandes do selo e do editor musical, isto é normal. Tem também.

LV: Como você vai resolver isto?

FG: Quando tem, por exemplo, Vanessa da Mata, esta música com Ben Harper que é uma música *crossover*⁷⁵, música brasileira *crossover* com artista americano! Eu espero que a gente vá entrar em uma boa rádio agora, se entrar com o *single* na rádio boa, e as pessoas escutarem muito a Vanessa, pronto, ela já saiu, não vamos ter mais problemas com ela. Não falo de TV, porque TV é mais difícil, ainda é mais difícil hoje, porque a promoção das gravadoras é muito reduzida, eles não têm mais aquela disponibilidade financeira de fazer muita promoção, então a rádio ajuda muito. A imprensa é muito importante também. Acho que vale a pena para o artista brasileiro que vem aqui para desenvolver a carreira, contratar uma assessoria de imprensa independente, para fazer este trabalho de promoção do artista. O selo dele pode fazer, eles têm assessoria de imprensa integrada, mas eu acho sempre melhor quando você contrata um independente. Com a Vanessa, a gente vai contratar um assessor de imprensa para a turnê que estamos montando, para fazer como promoção. Então a promoção de imprensa e a rádio são muito importantes. O artista tem que vir aqui para a promoção, é muito importante também, tem que dedicar um tempo, porque o mercado europeu é complicado.

LV: Por que o mercado europeu é complicado?

FG: O mercado é complicado na França porque a língua francesa é o primeiro objetivo das instituições. Quer dizer, defender a língua francesa, se você faz um show cantando outra língua, você já está um pouco à parte do mercado principal, 60% do mercado da música aqui é proteção da língua francesa. A música brasileira faz parte da *musique du monde*, a música do mundo aqui na França é um setor que está um pouco em crise hoje, não estava antes, já faz 2, 3 anos que começou esta crise. Porque o espaço reservado para a *musique du monde* é estreito e então isto é a primeira dificuldade, quando você vem do Brasil cantando em português você vai entrar no setor *musique du monde*, que é um setor limitado com relação a

⁷⁴Jabá: gíria para denominar a comissão que o produtor do artista paga para a rádio para entrar na programação.

⁷⁵ Música que utiliza elementos de mais de um gênero musical, com a intenção de atingir um público maior.

difusão geral da música. Você não canta em francês vem com a música do exterior e quem vem do exterior é o Brasil. Mas há também todas as colônias francesas, a África, a música africana é muito forte aqui, a música do Magreb, do Marrocos, da Argélia, porque as comunidades destes países são grandes. Também tem certa prioridade entre as músicas que vem da América do Sul e de outros países também, por causa das comunidades que estão aqui, e do público cativo que tem aqui. Tem um espaço para a música brasileira aqui, porque tem uma história de amor entre o Brasil e a França. Esta história de amor você pode ver que sempre existiu esta história, mas sempre vem em fases, temporadas. Já tivemos muitas temporadas de parcerias com a música do Brasil, ciclos, por exemplo, em 2005 foi o ABF, mas 2006 e 2007 foram muito fracos para a música do Brasil aqui. Se eu falar com qualquer produtor, com qualquer artista, não tiveram muitas turnês grandes que aconteceram por aqui. Porque, aconteceram tantas coisas em 2005 que acabou dando ressaca da música do Brasil na França. Só tem um contra-exemplo, que eu marquei uma turnê de 30 datas com Marcelo D2 em 2006, que porque ele faz *hip hop* e vem de outro mundo, mais *crossover*. Ele faz uma música nova, misturando samba com *hip hop*, então entrou em um nível diferente, quer dizer, uma música bem nova. Eu vou pegar outro exemplo, eu fui o primeiro a começar aqui com o DJ Dolores, o artista que mistura eletrônica e música brasileira, tradicional de Pernambuco. Quando ele começou, em 2003, era uma coisa nova, boa, misturar eletrônica com música tradicional era bacana e foi uma turnê grande em 2003-2004. Agora, tem muitos outros que fazem isto, então esta coisa nova não existe mais, então a gente está trabalhando com ele, mas o mercado já é diferente, tem que se adaptar.

LV: Sobre esta reserva de mercado para música francesa, nós estamos falando aí da preferência do público ou isto é mercado mesmo ou são as instituições que protegem?

FG: Não, tem leis de reserva de mercado.

LV: E em relação à preferência do público?

FG: Claro que o público francês geral prefere a *chanson* francesa, com certeza não tem dúvida, isto é a primeira escolha do público francês, mas também tem uma lei radiofônica que impõe uma cota reservada para a música francesa, não é uma coisa de preferência, mas uma coisa institucional. Que não é nova, mas é uma realidade.

Eu estava falando sobre o *hip hop*, por exemplo, o segundo mercado do mundo, depois do EUA, para o *hip hop*, é a França. É muito grande este mercado, de produção, de artista, tudo.

Então, quando eu entrei com o Marcelo D2, como o mercado é grande para o *hip hop*, e ele é uma figura importante do *hip hop* no Brasil, a gente deveria juntar isto e fazer esta mistura juntos. Mas não, porque você não vai entrar na rádio *hip hop* na França com o artista brasileiro, porque quem vai entrar nesta rádio primeiro é o *hip hop* francês e depois os *rappers* americanos, todos os grandes *rappers* americanos, claro que tem acesso para vender discos. Então, nosso *pobre* Marcelo D2, que eu adoro, não podia entrar nas rádios que tocam *hip hop*, porque está vindo de outro país, só para ter dar um exemplo destes compartimentos que fazem o nosso trabalho mais difícil para ter que pensar bem as coisas que se está fazendo, antes de começar. Precisa pensar qual a definição, qual o objetivo da difusão do artista.

LV: Quais os critérios que o senhor utiliza para escolher o artista brasileiro com o qual o vai trabalhar?

FG: Primeiro, eu tenho que amar a música, eu sou um homem de paixão e sou músico também, para mim o importante é gostar da música do artista. Eu não poderia vender um artista de que não gosto, tanto na questão musical, como do próprio artista também. Depois, vem a escolha pela razão, quer dizer, de mercado, de *business*. O artista que tem um nome aqui, como o Lenine, por exemplo, ele já tem um nome, já tem uma história, ele tem um público cativo, é mais fácil de capitalizar. É mais fácil de capitalizar com um artista que já tem uma história do que um artista que não tem uma história. Agora, artista novo é uma coisa que também estou descobrindo. Eu estou me abrindo para coisas novas e que não tem nome no Brasil, às vezes, mas eu acho interessante para este mercado. Como vou lá com regularidade, estou com relações com estas produções lá, eu escuto muita música brasileira, eu escolho uma música de acordo com a minha paixão por música e em parte pelo *business* do mercado.

LV: Quais outros artistas brasileiros que têm público fidelizado, ou tipo de show?

FG: Além do Lenine, tem outros artistas que tem nome aqui. Mas o problema, acho que tem um problema aqui de conhecimento e imagem dos artistas, se você faz uma pesquisa na rua, se eu pergunto quais os artistas brasileiros que você conhece: ele vai dizer Gilberto Gil, com certeza. Ele investiu muito, está vindo muito aqui. Então, o Gil vai ser conhecido. O Lenine, tenho dúvida se o grande público vai conhecer, talvez, depois João Gilberto e Chico Buarque, alguns nomes, mas não muitos. Eu estou quase certo que a maioria das pessoas não conhece. Chico Buarque, só as pessoas que têm certa cultura musical, idade, que tem uma história de conhecimento da música. Mas se você vai falar com uma pessoa de 20, 25 anos, ele não vai

conhecer. Os artistas não são conhecidos. Depois, tem alguns nomes que fizeram uma história aqui, Daniela Mercury, por exemplo, eu vou fazer um show com ela agora no final de maio, estou muito feliz, porque faz tempo que ela não canta em Paris. Eu gosto muito da Daniela, ela vai fazer o show no *Elisée Montmartre*, 1200 lugares.

LV: Qual é tipo de público dela aqui na França?

FG: Ela tem o público brasileiro e de gente que mora aqui e que gosta de música de carnaval, ou da Bahia, e que gosta de festa. Mas também ela tem um público geral. Em 2000, 2002 e 2003 ela vinha aqui, tocava na rádio, tinha um nome forte, mas a maioria era a comunidade brasileira. É difícil de desenvolver carreiras de artistas que são estrelas no Brasil, mas que aqui não tem nome. Outro exemplo, Ivete Sangalo, no ano passado, ela fez um show em Paris, ela investiu tudo, pagou tudo passagem, som tudo, porque ninguém conhecia. Eu acho muito interessante a postura dela de investir no mercado, foi bom porque ela fez um show aqui, não sei se teve resultado.

LV: Eu soube que estava superlotado, mas pela comunidade portuguesa.

FG: Sim, portugueses também, é outro público que está abrindo, é Portugal. Por que Portugal faz parte da Europa e não faz parte da Europa ao mesmo tempo. Para mim, Portugal é o primeiro país de exportação do Brasil, para a música. O artista que faz sucesso no Brasil, faz sucesso em Portugal, mas isto não quer dizer fora de Portugal faz sucesso. Por exemplo, Vanessa da Mata, em Portugal, fui entrar na FNAC, é primeira em venda. Fui a um show dela em Lisboa, em outubro no Coliseu, cheio, 2500 pessoas cantando com ela, a música dela, isto é uma coisa incrível, mas você sai de Portugal e é outro mundo. Este show de Daniela Mercury, que vai acontecer no final de maio, é organizado por um banco português, porque vai estar cheio de portugueses que gostam dela.

É difícil trabalhar com os artistas que são conhecidos no Brasil, mas não são conhecidos aqui. Marcelo D2, que em 2006 teve um grande sucesso no Brasil, investiu para vir aqui, foi um investimento forte da parte dele, da produção dele, eu acho bacana isto. Ele queria desenvolver o mercado aqui na Europa e é bom para o artista, voltar ao Brasil e dizer “Eu fiz 30 datas na Europa”. Vai no Faustão, por exemplo, e diz “Eu fui para a Europa e fiz 30 shows lá”, então é bom para o artista no Brasil. Mas tem que fazer um investimento no início. Vou pegar outro artista brasileiro, Margareth Menezes, eu gosto muito da Margareth, mas ela aqui não é conhecida, ela não pode receber o cachê que quer aqui em relação ao que ela recebe no Brasil. Mesmo que o artista tenha um nome no Brasil, quando você começa uma carreira aqui

tem que deixar tudo para trás, por aqui ninguém te conhece.

LV: Então, aqui na França, qual seria o público da Margareth Menezes?

FG: O público específico para Margareth é o público brasileiro, mas a idéia é sair deste mundo da comunidade brasileira na França e mostrar a cultura ao público geral francês, porque o interesse não é de fazer um show para brasileiros, é de desenvolver a música do artista para o público estrangeiro, que não conhece. Então, são os festivais que dão esta possibilidade, nos festivais você dá possibilidade ao artista de se mostrar, porque o festival, no verão principalmente, vai programar um artista numa programação geral. Vai dar um espaço para o artista, sabendo que se você colocou Margareth Menezes no cartaz não vai vender nenhum bilhete. Mas o público paga a entrada para ir a um festival para descobrir talentos. Mas, além disso que eu falei no início: promoção, imprensa, distribuição do disco, acho que Margareth não tem nenhum disco aqui, sem disco, sem promoção, então não tem nome, não tem visibilidade. Então, por exemplo, amanhã eu vou produzir um show em Paris de Margareth Menezes, é um risco grande, porque quem vai comprar o ingresso são os brasileiros. Agora, se ela tem um disco aqui, um *single* tocando na rádio e tudo, aí Margareth está aqui, está crescendo. Quer dizer que tudo faz parte de um pacote de promoção do artista. É difícil de desenvolver o artista assim “Olha eu vou para Europa, eu vou fazer shows”. É difícil, o espaço não é tão grande, tem que encontrar o parceiro bom aqui, agente e *tourneur* que conheça bem o mercado, o selo, assessor de imprensa e fazer também festivais, tem que ter todos esses elementos reunidos.

LV: O senhor tem conhecimento do trabalho que está sendo feito no Brasil, junto com o governo brasileiro, para o incentivo da exportação da música brasileira através da BM&A?

FG: Eu ouvi falar deste trabalho, porque eles nunca me contataram? Tem coisas que não estão funcionando, eu acho que eu sou, dos produtores franceses, o mais importante da música brasileira. Tem outros, mas eu acho que sou eu quem tem mais envolvimento com a música brasileira. A BM&A nunca entrou em contato comigo. Então, eu acho que eu posso ser um agente aqui para eles, para ajudar, e ia fazer este link entre selos, turnês, promoção etc., mas nunca me contataram.

LV: O senhor tem recebido informações sobre o que a produção musical da Bahia?

FG: Não e eu acho que da música baiana aqui, eu não conheço muita coisa. Eu conheço o Gil, claro, conheço a Daniela, estou falando de quem está vindo aqui. Mas são poucas coisas. O

Carlinhos Brown, tentamos muito fazer show com ele aqui, impossível, porque ele vem com 30 pessoas e 5 toneladas de equipamentos. Ele vem com a cidade dele, da Bahia, ele quer trazer para a França, não tem espaço, não tem condições de cachê, para pagar o que ele quer, não tem condições logísticas. Então, funciona em Portugal e Espanha, porque na Espanha ele tem um nome grande. Mas fora da Espanha... Ele deveria desenvolver a carreira aqui. Ele poderia dizer assim “Na Espanha, vou ganhar muito dinheiro, mas vamos fazer um investimento na França também, vamos chamar o Fred Gluzman vamos fazer 10 shows aqui na França, não vou pegar 30 000, 40 000, 50 000 Euros. Eu não quero falar de valores, mas vamos fazer uma coisa promocional, porque eu quero desenvolver meu nome na França.” Vai rolar muito bem, mas tem que ser um investimento do artista. E, às vezes, no nível do desenvolvimento do artista no Brasil ele quer fazer este trabalho, ele não precisa fazer este trabalho, um artista como Caetano ou Gil ou Brown, ele não precisa fazer turnê na Europa, porque eles já têm uma situação no Brasil. Para o Brown chegar à situação que ele está na Espanha hoje, não foi do dia para a noite, demorou 10 anos para chegar lá, ele investiu. Quer dizer o mercado francês é muito grande para a *musique du monde*, talvez seja o mercado numero 1, o da França. Em termos de importância de shows e festivais. Acho que tem mais de mil festivais aqui na França, uma coisa louca. Então, o artista diz “a estratégia que eu vou desenvolver para a Europa, começa pela a França”, porque se começa pela França vai ser conhecido no resto da Europa, tem possibilidades. Mas tem que ser um compromisso do início entre empresário, artista e selo, dizendo “Vamos desenvolver a carreira, vamos investir”, tem que ter um acordo entre o artista, o agente, e o selo, e não é fácil porque o artista pensa uma coisa, o selo outra, o agente outra. Não é fácil. Se hoje tem um artista na Bahia querendo desenvolver um mercado na França, na Europa, que faz um disco para a Europa, eu vou investir o meu tempo, eu vou lá, tem um mercado tem um espaço.

LV: Se um artista emergente tiver uma estrutura de produção profissionalizada no Brasil ajuda nesta atividade?

FG: Com certeza. Eu tenho relações com muitos tipos de produtores no Brasil e tem estes produtores mais antigos que são difíceis de negociar e que às vezes não entendem as coisas. E tem uma nova geração de produtores que são mais abertos e mais dedicados. Na realidade, não tem muitos realmente bons para trabalhar, estou sempre confrontando a diferença cultural, sempre. Tem um exemplo muito típico: quando você faz uma turnê com uma banda brasileira, quer seja baiana, carioca, sempre a maneira de trabalhar no Brasil se você é contratado pelo promotor do show, ele paga tudo, viagem, despesas. Então, o artista tem um

conforto, ele está com uma equipe grande, precisa de segurança, da parte técnica, logística etc, tem uma equipe enorme trabalhando com o artista. É o *ratio*, a proporção entre o número de artistas no palco e o número de pessoas trabalhando, o *ratio* de um artista brasileiro é de um por dois, um no palco dois na estrada. Então, vindo para fazer uma turnê aqui na Europa, são 8 no palco 16 na estrada! Viajando porque vem *roadies*, técnico de som, secretário do artista, cabeleireiro, assessor imprensa, não precisa, não dá para viabilizar porque o custo de hotel, de diária de alimentação e de logística de viagem, tudo é aqui é muito mais caro do que no Brasil. Então, na consideração do orçamento de planilha para uma turnê, é muito importante este elemento. E com todas as bandas é a mesma coisa, não tem um exemplo que não seja assim, 1 por 2, 5 no palco 10 na estrada, é muita gente, não dá. No Brasil dá porque você está no Brasil, viaja na estrada, tem a mão-de-obra barata. Aqui não dá, às vezes os artistas dizem “Usa um roadie, um técnico de som daqui, francês” esquece, quando eu pago um *roadie* aqui são 100 euros por dia, com as leis eu pago 200 euros e ainda tem o problema da língua. Não posso usar o pessoal daqui, prefiro o pessoal do Brasil, e custa menos. O artista tem que entender que a forma de viajar tem que ser a mais leve possível.

LV: Então, isso pode ser um problema para os grandes grupos de percussão baianos?

FG: Não, porque são músicos. Olha, uma banda de percussão, batucada, acho que não tem mercado aqui, já tem muitos grupos de percussão brasileira aqui na França, não vejo interesse de trazer uma banda de percussão do Brasil.

LV: Mas o Olodum, por exemplo?

FG: Olodum eles têm vindo aqui ainda, são muito bons. Eu não conheço bem, acho que este tipo de performance musical, de percussão de rua, eu não estou muito envolvido, eu trabalho mais com o artista cantando, mas é tudo uma questão de marketing, tem possibilidade. Eu estive no Brasil, passei carnaval em Salvador, e pessoalmente não gosto da música Axé, acho que é bom para o carnaval, mas esta música nunca vai funcionar aqui. É importante dizer que a cultura baiana que vem desta mistura da cultura africana, esta música tem mercado aqui. Esta história com a África aqui é muito forte, quer dizer, que eu acho que a riqueza da cultura baiana vem desta cultura afro-brasileira, este é o mercado para mim para a música baiana, é uma boa direção. Mas a música axé de carnaval, não vai rolar aqui nunca, não vai funcionar aqui. Outro exemplo, eu gosto muito do rock, eu gosto do Rappa, o Rappa não vem aqui. Banda de rock que toca aqui, tem muitos, então qual o valor que vai ter com essa música? Porque as pessoas não entendem a língua, não entendem as letras. Tem que ter uma

diversidade cultural musical, uma coisa *crossover*, na música e o mercado que você vai tocar, tem possibilidade aqui na França, mas tem que ser criativo. O músico tem que ter estratégia para desenvolver a carreira, se vier com a visão “Eu vou fazer o mesmo que eu faço no Brasil”, na França não vai funcionar, tem que se adaptar.

Frédéric Mazzely

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

FM: A música brasileira, para mim, como eu a vejo como espectador e programador, e estas coisas estão ligadas, eu diria que é uma música muito festiva, às vezes dinâmica, muito impulsiva. É muito influenciada por diferentes fontes, muito diferentes, como a América Latina, a África. Ela sofreu muitas influências deste tipo de música, mas ao final conquistou a sua própria especificidade. E dentro desta música, nós sentimos que tem grandes diferenças importantes, por exemplo, as regiões, as diferentes tradições vão fazer com que esta música seja tocada diferente, seja no norte, no sul, no leste ou no oeste. Mas se eu tiver que resumir em algumas palavras, eu diria que é uma música muito alegre, muito melódica, muito dinâmica e muito festiva.

LV: Mas se falamos de gêneros musicais ou tipos de performance no palco, tem alguma característica específica da música brasileira?

FM: Como não sou especialista em MPB, eu tenho mais os nomes na cabeça do que os gêneros, eu não sei onde colocá-los. Por exemplo, conheço bem a música de Seu Jorge, que é para mim um músico muito inspirado, não só pelas letras, mas também pela forma como ele toca violão, é o primeiro nome que vem. Se eu for lembrar o que já programamos em *La Villette*, na ocasião do Ano do Brasil na França, Tom Zé entre outros músicos e outros gêneros musicais, Carlinhos Brown ou Lenine, são nomes de referência, mas para mim é difícil colocá-los em alguma categoria de música.

LV: E quais gêneros musicais não podem ser considerados como gêneros musicais brasileiros?

FM: Sim, tinha um grupo há alguns anos atrás, eu estava em contato com Marcos Bonfá que tem um festival em Belo Horizonte⁷⁶ e que era produtor de um grupo, que não me lembro o nome, mas era um coisa *rock'n roll*, mas que tinha um pouco de Brasil, mas ainda sim muito *rock'n roll*, um pouco ocidental, um pouco inglês, um pouco americano. Para mim é difícil dizer que isto é música brasileira, não me lembro do nome do grupo.

LV: Já que o senhor falou de rock, o senhor acha que o rock brasileiro tem uma boa recepção pelo público francês?

⁷⁶ *Festival Eletronika*, não conseguimos identificar de qual banda de rock está falando.

FM: Bom, tem um fenômeno na França, que acho que acontece em toda a Europa, conheço melhor a França, que é quando a gente faz algum tipo de noite em torno da música brasileira, tem um público francês ou da comunidade brasileira em Paris, por exemplo, que lota o espetáculo. Tem um amor verdadeiro dos franceses, em geral, pelas músicas brasileiras, no plural. Quer dizer que quando fazemos um evento como o do Ano do Brasil na França, na verdade nós já fizemos dois, um no ABF e outro em 1999 que se chamava *Latitude Brésil* e que foram um sucesso. E de fato, temos dois exemplos de países que funcionam muito bem, que são o Brasil e a Índia. Quando fazemos eventos com estes países, seja o que for que apresentamos, é um sucesso, o público francês se identifica, não sei se com a cultura ou com o exotismo, mas também com os ritmos, com as tradições. E esta é uma particularidade destes dois países, quando fazemos com outros países não é o mesmo sucesso. É uma coisa que merecia uma análise, não sei se tem uma explicação racional para explicar porque os franceses são tão próximos destas músicas.

LV: E quando falamos da música produzida na Bahia, o senhor conseguiria definir alguma especificidade desta música?

FM: Não, provavelmente que se eu escutasse e você dissesse isto é música da Bahia eu poderia reconhecer a diferença entre a música da Bahia e outras músicas, mas eu não saberia dizer nomes, estilos. Eu não sou um especialista, aqui em *La Villette* tem outra pessoa que é especialista e que sabe os diferentes estilos, os nomes, tudo.

LV: Mas para a pesquisa é importante conhecer a sua opinião, uma vez que é o senhor que é o responsável final pela decisão da programação.

FM: Sim, eu trabalho na programação em geral e depois eu trabalho especificamente sobre a programação de alguns gêneros, mais sobre espetáculos ao vivo, e depois eu tenho conselheiros musicais, especialistas neste domínio. Por exemplo, eu fiz um festival de música que se chama *Villete Sonic*, de música eletrônica, de rock eletrônico e eu tive um conselheiro musical especializado. Eu dou as linhas e depois os nomes, a programação, o contato com os agentes, são eles que fazem. Eu depois supervisiono os critérios artísticos.

Mas, para voltar à questão em relação ao rock, intuitivamente, eu diria que no momento, nos festivais de rock na França que vemos a torto e a direito, eu diria que é mais identificado a um estilo ocidental, americano, inglês, um pouco europeu e de fato só vai até aí. Todo o resto vai entrar no registro que é *world music*. Mesmo se fizessemos um show de rock brasileiro,

entraria neste gênero, então, para mim, acho difícil encaixar o rock brasileiro nos festivais de rock daqui.

LV: Por quê?

FM: Porque tem uma cultura, para nós ocidentais, nós nos banhamos numa cultura, depois dos anos 60, numa cultura rock que é mais americana, inglesa, é a razão principal. E tudo que se faz em termos de criação, em termos de rock, nestes países continua ainda a dominar largamente o mercado e a ser apresentados nos festivais. Por exemplo, no próximo festival *Villette Sonic* deste tipo de música que eu vou fazer, 70% a 80% será de produção americana e inglesa.

LV: E isto acontece com a música eletrônica e o *hip hop* produzidos no Brasil também?

FM: Sim, eu sei que tem o DJ Dolores, tem outro DJ que fez sucesso aqui (não lembra o nome). Mas continua como uma coisa marginal, porque o que domina é ainda no campo da eletrônica são os franceses, que vão muito bem. E depois, muitos americanos e os europeus. Mas, na França, há um hábito, em geral, que tudo que é rock é feito na Inglaterra e nos Estados Unidos e tudo que é de outros países é mais no domínio da *world music*. Então, você vai encontrar nos festivais de *world music* os músicos e grupos brasileiros, mas também sul-americanos, latinos, africanos, que fazem parte do gênero *world music*, mas se for rock será difícil de existir aqui. Quando falamos de rock aqui é mais uma essência ocidental mais que sul-americana. Da América do Sul esperamos outras coisas que são de estilos muito diferentes, ao contrário.

LV: Mas de qualquer maneira o senhor sabe no Brasil tem artistas que fazem rock, música eletrônica e neste momento eu me pergunto se vale à pena fazer um trabalho para exportar esta música.

FM: Entendo, o que eu disse é no geral. Tem contra-exemplos, um grupo que se chama *Bonde do Rolê*, não sei de que região, um grupo que foi muito bem, que é rock e também um grupo de rock com mulheres, mas não me lembro do nome agora. Mas é um caso excepcional. E tem o fato de cantar em inglês, a língua dominante no rock é o inglês. Por exemplo, mesmo o rock francês não funciona muito bem, geralmente, na França, é também um pouco marginal. A cultura dominante com a língua dominante do inglês faz com que, no gênero rock, funcione a cultura anglo-saxônica. Os outros, mais uma vez vão se afiliar mais *world music*, mais para o lado *exotique*.

LV: E os grupos afro-brasileiros de percussão como Olodum, o senhor conhece?

FM: Não conheço.

LV: Caetano Veloso, Gilberto Gil?

FM: Sim, mas aí para nós são as grandes figuras, incontestavelmente, são um sucesso. Quando fazem um show aqui têm muito público, mas eles entram em um registro “*large world*”.

(Voltando ao assunto rock)

Uma estrela de rock, ela nasce no ocidente, na Europa e no Estados Unidos então e de lá que vem as fontes. Então, quando vamos a países que fazem rock, eles são inspirados pela cultura ocidental. Nós, enquanto ocidentais, europeus e franceses vamos preferir sempre nos inspirar, nos confrontar com a essência da origem do rock, uma origem ocidental, americana e inglesa. Mas, por exemplo, quando eu viajo, sei que tem grupos de rock na Ásia, que fazem rock como fazemos aqui na França, Inglaterra ou Estados Unidos, mas apenas eles fazem isto na Ásia, não tem uma cultura por trás, porque as pessoas não cresceram ouvindo este tipo de música. Então é um pouco bizarro. É uma cópia. É como se um grupo de franceses, por exemplo, quisesse fazer o forró ou coisas deste tipo. Poderia ser inspirado de influência para um artista daqui, mas para vocês, brasileiros, vocês diriam “Olha, ele faz um pouco o que fazemos, mas é bizarro...”

LV: O senhor usou a palavra *exotique* agora a pouco, em um show de Carlinhos Brown, por exemplo, esta palavra pode ser empregada?

FM: Sim, eu acho que tem uma forma de exotismo. Eu me lembro que quando Carlinhos Brown se apresentou aqui. Foi muito alegre, muito bom, as pessoas adoraram, se entusiasmaram, tinha muita gente. Eu acho que ele tem uma grande capacidade de ter uma relação forte com o público, tem uma presença em cena que é muito forte, mas é verdade que tem um lado de exotismo, que agrada muito ao público. É pela performance, pela apresentação, pela maneira de dançar, de se exprimir, o ritmo é muito diferente de nós. Eu acho que é isto que nos agrada.

LV: O senhor costuma receber informações sobre a produção musical atual da Bahia?

FM: Para dizer a verdade, tem pouca coisa que passa sem que a gente perceba. Quando um

grupo começa a aparecer, emergir, nós logo sabemos. De fato, estamos sempre em contato com diversos agentes, em geral, franceses, seja porque simplesmente são agentes de artistas com catálogo etc. com artistas que vêm do Brasil ou de outros lugares. Tem também os festivais especializados em *musique du monde* e que também são produtores dos shows. Eu falo, por exemplo, do festival de Angoulême, o diretor do Festival é também produtor de alguns artistas, que ele trouxe pela primeira vez na França e depois se ocupa deles para fazer turnês na França. Há também os meios de comunicação, principalmente a internet, a gente procura no *Myspace* etc. que nos permite descobrir coisas. Tem os *blogs*, as redes, e então as informações acabam circulando. Então, há alguns anos, além das relações que temos com os agentes, temos esta ferramenta que nos permite explorar outras possibilidades. E tem ainda a possibilidade, que é mais rara, de viajar para fazer estas pesquisas, ver o que está acontecendo, ir a festivais, encontrar grupos que ninguém ainda conhece e trazer para a França. Nós praticamos estes três tipos de operação.

LV: Então se alguma instituição brasileira o convidar para algum festival ou salão o senhor poderia vir?

FM: Quando podemos ir sim, tentamos ir. Eu viajo muito. Como estou mais próximo da dança e do teatro, viajo para ver espetáculos. Ainda sobre as informações, também tem uma quarta forma que são os salões, os fóruns, as feiras, que nos permitem receber informações sobre os artistas e grupos.

LV: O MIDEM também?

FM: O MIDEM é muito *show business*. Nós trabalhamos mais com redes que são mais, não quero dizer experimentais, mas com artistas emergentes.

LV: Então os artistas emergentes da Bahia terão chance aqui?

FM: Nós somos um estabelecimento público que procura programar coisas que não têm a oportunidade de passar na televisão, por exemplo.

LV: Quais são os critérios que o senhor utiliza ao programar um artista brasileiro?

FM: Tem que ser bom, nos agradar, existe sempre uma espécie de sedução entre o artista e um programador, mas, por exemplo, entre programar alguém muito conhecido, que já tem uma grande notoriedade mundial e programar um grupo que é menos conhecido, que vem de uma pequena comunidade do Brasil e que pode ser descoberto pelos franceses, nós vamos

escolher a segunda solução. Porque esta é a nossa vocação, é uma missão pública.

LV: O senhor considera que a música popular brasileira já tem um público francês fidelizado?

FM: Sim, como a Índia. Os franceses são muito, muito curiosos do Brasil e da Índia.

LV: O senhor pensa que este público pode ser definido por uma classe social?

FM: Para dizer a verdade, este assunto não preocupa somente aos brasileiros, preocupa a todas as práticas culturais. O número de pessoas que têm práticas culturais, como dizemos aqui na França, não mudou muito desde 20, 30 anos, são mais ou menos as mesmas cifras. A oferta aumentou muito nos últimos 20 anos, mas a demanda, quer dizer o público, que tem as práticas culturais, seja na música, na dança, no teatro etc., ele é mais ou menos o mesmo. Quer dizer que estamos entre 10% da população da França que tem práticas culturais seja regularmente, seja excepcionalmente. Tem uma grande parte de pessoas que tem outros tipos de prática cultural que saem à noite, que vão a bares. Mas as pessoas que vão aos shows, concertos, ao teatro etc. é uma pequena parte e esta cifra não variou muito nos últimos anos. E sobre a categoria social é a mesma coisa, não mudou muito, ainda é muito, muito a classe média e a classe dirigente que tem práticas culturais. As classes populares saem pouco, e não é por questão financeira. Simplesmente, na França, a democratização cultural foi um verdadeiro movimento que começou nos anos 80, mas que não trouxe frutos apesar de todas as ações que foram feitas, tentando alcançar tal público ou tal público.

LV: É por conta do preço dos ingressos?

FM: Não é isso, porque as pessoas das classes populares pagam 100 euros para ver *Holliday on Ice*... Eles têm dinheiro para isso, então eles poderiam pagar para ir a show de Carlinhos Brown, mas eles não pagam, não sei por quê.

LV: E o público de *musique du monde*?

FM: É um público, estou esquematizando, mas em grandes linhas é um público com uma bagagem intelectual um pouco elevada, uma categoria social de classe média, muitos professores, pessoas área da educação, que têm práticas culturais importantes. São os profissionais liberais, tudo que chamamos de categoria social média ou superior. São pessoas que vão ver os shows do Brasil, da Índia, etc. Nós chamamos o público *Télérama*, que é uma revista semanal, que fala de cultura no geral, e que se dirige a todo mundo, mas eles sabem

que seus leitores mais numerosos são da área da educação nacional.

LV: Então os estudantes vão seguir as sugestões dos professores e vão assistir aos shows?

FM: Os estudantes são responsáveis por um pouco do movimento, mas aqueles que estão fazendo cursos mais difíceis, como medicina, não saem muito. Mas tem gente que tem práticas culturais muito maiores que os estudantes. Tem gente que tem 20 anos e está na faculdade e alguém que tem 20 anos e que já é trabalhador. O da faculdade vai ter mais práticas culturais, o trabalhador chega cansado e vai preferir ver um jogo de futebol, eles têm outras práticas. Todos estes movimentos, destes últimos 30 anos, fizeram com que se produzisse muita coisa em toda a França, muito em Paris, mas também em toda a França, tem todo tipo de gênero musical, todo tipo de espetáculo que mudou muito nos últimos 20 anos. Foi uma ação do governo que depois foi retomada pela coletividade territorial, a descentralização fez com muita coisa se desenvolvesse, mas teve também bastante ação individual, no nível local, com muitas iniciativas, onde se montaram festivais, fizeram intervenções. Então tudo isso criou uma oferta que é muito, muito importante, é enorme, mas atingindo sempre uma categoria de público que é mais ou menos a mesma.

LV: Quais países que produzem *musique du monde* têm estratégia comercial agressiva de exportação de sua música? A Índia, por exemplo?

FM: Não, a Índia não tem estratégia a nível comercial para exportação da música. Eles têm algumas redes, mas não muito desenvolvidas. Se quisermos fazer um festival sobre a Índia, somos nós que devemos ir ao local e tentar conhecer os artistas. Não tem uma estratégia do governo da Índia para exportação da música, com os agentes. Alguns países estão tentando esta estratégia, como a Rússia.

LV: A Escandinávia?

FM: Sim, mas como não são grandes países, pouco populosos e que são ricos, eles têm efetivamente, estratégias de desenvolvimento. Eles financiam, pagam viagens, para que a gente conheça a produção. Mas eles não têm uma grande produção.

LV: E a África?

FM: A África é diferente porque é muito pobre, não tem meios. São mais as relações que nós temos historicamente que sustentam as relações com estes países e fazem com que venham muitos artistas africanos à França, mas somos nós que vamos ao encontro deles. Nos países da

África não há estratégia governamental de desenvolvimento da atividade de exportação da música. E eu diria que, em relação ao Brasil, eu não sinto que existe por parte do governo uma vontade de exportar a música, as coisas se fazem naturalmente, eu imagino que os poderes públicos vão fazer alguma coisa, é possível. Existem estas grandes operações de intercâmbios entre a França e o Brasil, teve o Ano do Brasil na França e agora vai ter o Ano da França no Brasil, no próximo ano, mas isto não é só com o Brasil, nós já fazemos isto há muito tempo. Já fizemos as *saisons* com a China, Vietnam, Japão, Finlândia, todos os anos tem um ou dois países.

LV: Que sugestões o senhor poderia dar em relação ao desenvolvimento de uma estratégia para o desenvolvimento desta atividade pelo Brasil?

FM: Eu acho que o mais simples de fazer, uma vez que vocês têm uma cultura, vocês produzem, o mais simples é se organizar na ocasião dos festivais nas cidades, no Rio, em Belo Horizonte etc. para que nós possamos vê-los. Então precisa que nós, programadores franceses, possamos ir vê-los e nos colocar em contato com os agentes, com os artistas. É a melhor maneira, porque, se vocês forem desenvolver uma estratégia, isto quer dizer que vocês formatariam alguma coisa e isto não nos interessa, porque procuramos alguma coisa mais espontânea, mais natural.

LV: O senhor acha que as relações interpessoais são importantes nesta atividade?

FM: Sim, é importante ter conhecimentos no país de origem. Eu acho que é mais eficaz, ir ao lugar, conhecer o contexto. Mas, se você fala com alguém que é do *métier*, um produtor de grandes shows, que tem uma lógica mais comercial, por exemplo, ele vai dizer o contrário: Eu preciso de grupos que dão certo logo, que vai passar na TV ou na rádio. Esta é uma lógica comercial, nós nos interessamos pelos grupos mais clandestinos, que tocam nas favelas, é o que nos interessa mais, porque eu trabalho para uma missão pública. Eu não estou inventando nada, estou seguindo uma lógica que já existe há alguns anos na França.

LV: Estas redes de *musique du monde* também trabalham dentro desta lógica?

FM: Todos os diretores de festivais, agentes etc. desta música, nós estamos conectados, podemos dizer através de redes, mas a gente se encontra nos shows, trocamos idéias, eu digo “Eu vi tal artista, que é bom”. O que eu acho precioso é esta característica um pouco artesanal, nós juntamos as coisas, com paixão, admiração, e não por lógica comercial. Estamos mais dentro de uma lógica de criação. Têm grupos de música que podemos lançar

inicialmente de forma mais intimista, nos pequenos festivais, nas produções de criação e nas pequenas salas, e depois com uma rede de pessoas que trabalham com o mesmo tipo de produção, que trabalham com artistas emergentes e, aos poucos, este grupo pode acontecer, conquista um público maior que o previsto. E logo, rapidamente, são contatados pelas grandes gravadoras e eles passam a outro nível, que para nós é mais caro para pagar, nós estamos em outra escala.

LV: Então, por falar nisso gostaria de saber como se dá a negociação de cachês para espetáculos? Nós estamos dentro de uma tabela *musique du monde*?

FM: Não, não é assim. Temos dois tipos de negociação: ou temos diretamente contato com os artistas ou o agente e é ele que nos faz uma proposição de preço, em seguida, nós avaliamos a capacidade deste artista de ter público, se podemos fazer o espetáculo em uma sala de 200 lugares, de 400 lugares com uma entrada de 10 ou 15 euros, que possa pagar os custos. Nós não temos uma lógica comercial, não temos uma lógica de lucro, mas precisamos equilibrar a receita com a despesa. Depois tem o preço das passagens, com artistas que vêm de longe o que pesa muito é o preço das passagens. É a razão porque preciso encontrar na nossa rede 3 ou 4 produtores ou diretores de festival que permitam montar uma turnê. É assim, é um dos tipos de caso. O outro é quando nós somos os organizadores, nós não somos produtores, somos organizadores de eventos, no caso da música. Cada vez produzimos menos, geralmente nós recebemos os grupos. Neste caso, nós trabalhamos com os catálogos dos agentes franceses que representam artistas brasileiros, africanos, latinos, etc., e são eles que nos fazem a proposição “Olha, tem um artista que é muito bom, etc.”. Aí, ele nos faz uma proposição de preço, a gente acha muito caro, geralmente, mas chegamos a pagar perto do que foi pedido. Evidentemente o preço é em função da notoriedade, alguém que é muito conhecido, se você contrata Carlinhos Brown, claro ele vai ter um cachê muito maior que um grupo menos conhecido, evidente, ele faz mais público.

LV: E quanto às exigências técnicas e de produção?

FM: Acho que para este gênero musical é uma coisa mais simples se compararmos com espetáculos de teatro e dança. A questão principal é a viagem, não dá para trazer um grupo para um show apenas, economicamente não é possível. Um grupo que viria do Brasil para cá para tocar uma vez, com as viagens e os cachês é muito caro. Se for um artista muito conhecido, pode ser... somando todas as despesas, mas com a possibilidade de fazer uma boa bilheteria, economicamente viável. Mas para um grupo jovem que está se lançando, que vai

ter um público de 300, 400 pessoas, não é possível vir para apenas uma apresentação, tem que ser em turnê.

LV: E este é um trabalho que vocês também fazem, de montar uma turnê?

FM: Nós não somos agentes. O que fazemos é que, se quisermos trazer um grupo que ninguém ouviu falar ainda na França, entramos em contato com nossos colegas, os agentes e podemos apresentar o trabalho do grupo através do *Myspace*. Se eles estiverem no *Myspace*, ou um Cd ou DVD, pode ser que este agente se interesse em montar uma turnê com o grupo, uma vez que ele já tem um show marcado em *La Villette*. Aí, vai ser um trabalho dele de montar uma turnê.

LV: Qual a antecedência de toda esta operação até a data do show?

FM: Um ano.

Jean Michel de Bie

LV: Como o senhor descreveria o que chamamos de música brasileira?

JMB: Eu acho que tem muitos níveis de linguagem e a maior parte do público, das pessoas da rua, tem uma imagem da música brasileira como o samba, as coisas de carnaval, o lado de entretenimento da música brasileira. Para um programador é totalmente diferente, é um mosaico de tantas culturas diferentes, que não tem nada a ver com o samba ou a música de carnaval. Eu penso que, na França, porque eu sou de origem belga, e na Bélgica tem uma imagem que todo mundo tem da música brasileira, de base, mas na França acho que teve muitos *brazilianists*, como eles se chamavam, que tornaram a música brasileira conhecida de outra forma, então a abordagem é um pouco mais especializada, pelo menos no campo cultural. O Brasil veicula clichês, etiquetas que estão coladas na pele, são como a roupa, é a sensualidade, o prazer de tocar, o prazer imediato da música. Eu me lembro do que me tocou imediatamente na primeira vez que fui ao Brasil, eu vi as pessoas nos bancos, no correio, nas repartições públicas, nos lugares onde as pessoas normalmente têm atitudes rígidas, fazer um passo de samba ou batucar com o lápis na mesa. É um país que veicula uma imagem de uma integração com a música em todos os níveis da sociedade, é um país que vive a música, pelo carnaval, mas não apenas pelo carnaval, mas todos os momentos dos dias, é um país muito musical eu penso que a mais rica cultura brasileira é a música. Tem a literatura, tem a pintura, mas a grande cultura brasileira é a música. Então, para o grande público, comprar uma passagem para o Brasil é visitar o Rio, ver o carnaval ou, mesmo se ele conhece as coisas mais regionais como as festas de São João, mas é sempre em torno da música. As pessoas que vão para o nordeste conhecem o forró, conhecem outras músicas brasileiras, além do samba. Na França, nós conhecemos muito a bossa nova, porque tiveram épocas simbólicas de uma correspondência entre a França e o Brasil com a bossa nova. E a Bossa Nova teve uma relação com Nova York mas também com Paris, tiveram muitas emulações em volta disso, mas é mais uma música burguesa, mais intelectual, não é a música do povo. Este é um clichê que eu atribuo a mim mesmo, mas não sou só eu, estou falando também de outras pessoas, dos meus amigos quando eles falam da música brasileira e que não são especialistas da música brasileira

LV: O senhor acha que esta atração do francês pelo exotismo e o que isto tem a ver com nossa música?

JMB: Sim, certamente o francês, o europeu de maneira geral, os italianos certamente, os

povos latinos, são muito atraídos pelo “exotismo brasileiro”, entre aspas, e encontram na sensualidade da música de carnaval, com certeza. É também uma procura inconsciente do estado do paraíso natural, nós todos temos a fantasia, e eu também, de estar lá em comunhão com os seres mais puros, mais virgens, mais em harmonia com o próprio corpo, com sua sexualidade, como se nós vivêssemos de uma forma mais intelectual, mais neurótica, enquanto o brasileiro vive de uma maneira mais animal, ou mais instintiva. Isto também pode ser é um clichê, é difícil separar o que é clichê, eu conheci brasileiros que são muito longe deste clichê, claro, mas é a imagem geral, tem sempre uma imagem que predomina.

LV: E a música baiana?

JMB: Para mim ela é dupla, a imagem da música baiana é dupla, é uma música levada pelos artistas que fizeram a história da MPB como Gil, Caetano, Gal, Bethânia, que nasceram na Bahia, mas depois tiveram que mudar para o Rio. Porque era lá que estava a indústria da música. E tem este viveiro da música brasileira, talvez mesmo este coração da música brasileira que se encontra em Salvador e também no Rio, na rua ou mesmo, em todos os lugares do cotidiano encontramos impresso na vida de cada um a música popular. O outro lado na música baiana, e é por isso que eu digo que ela é dupla, é a música muito popular baiana, uma música de consumo, talvez para se distinguir do samba se quis fazer uma música própria na Bahia. A *axé music*, esta espécie de música pop baiana, para nós, é mais difícil de gostar, de conhecer, porque ela é muito imediata e talvez muito efêmera. Eu trabalhei com Daniela Mercury, por exemplo, que faz uma *axé music* inteligente, porque ela mistura este pop baiano com outras influências, ela é uma grande cantora, uma grande artista. Mas ao mesmo tempo tem este ritmo mais simples, mais fácil, mais imediato, que, tipicamente, para os europeus está inscrito em um fenômeno de moda. Para pegar o caso da Daniela Mercury, ela se beneficiou de uma onda de sucesso na Europa, acho que foi durante a Copa do Mundo em 1998. E neste momento ela era muito popular, mas hoje se ela vier na França, não em Paris, mas numa cidade do interior, ela vai ter um público de 300 a 400 pessoas, porque ela não conseguiu constituir um público em torno dela. Não é como os artistas que se tornaram lendas, estes que foram para o Rio para estar perto da indústria da música. Eles desenvolveram uma carreira. Bom, é verdade pessoas como Gilberto Gil, o Ministro da Cultura, ele foi o primeiro a fazer um trabalho que conquista do mercado europeu, porque os outros não fizeram, Caetano depois fez o mesmo. Mas muitos não fizeram este trabalho porque, ou eles estavam concentrados na carreira brasileira, e falo isto também dos jovens

artistas como Zeca Baleiro (que faz tantos shows no Brasil e não vem à Europa, quando vem se apresenta em pequenos lugares, é um artista magnífico mas ele não deu importância à conquista de um outro mercado). Os baianos, Carlinhos Brown é diferente, ele convenceu o público europeu inicialmente com um espetáculo com muita percussão, com dançarinos, um espetáculo total. Neste nível, ele conquistou um grande público muito rapidamente, mas aproveitando um fenômeno de moda, eu não sei se ele vai ficar, talvez ele vai ficar mais tempo que a Daniela Mercury. O outro aspecto é o aspecto social, tudo que ele fez em Salvador, aí vai ter uma matéria, para os europeus, para defender alguma coisa de diferente, porque o Brasil veicula uma imagem onde ainda tem muita pobreza e o que ele fez com as pessoas da rua foi muito apreciada aqui e na Europa. Eu penso que tem muitas críticas positivas de Brown que falam sempre de sua escola no Candeal, as obras sociais aqui são muito bem vistas.

LV: Existem gêneros musicais que não poderíamos enquadrar como gêneros musicais brasileiros? Por exemplo, jazz, rock, música eletrônica?

JMB: Você quer dizer que nós não percebemos o rock, o jazz, a música eletrônica como sendo gêneros brasileiros. É verdade, a princípio são gêneros anglo-saxões, anglo-americanos. Eu me lembro de ter apresentado um grupo de rock no meu festival brasileiro em Bruxelas, os *Paralamas do Sucesso*, não tinha ninguém no concerto, porque ver brasileiros que fazem rock, com a exceção notória do Sepultura, que faz *heavy metal*, e eu não entendo muito de *heavy metal*, mas acho que eles tem uma imagem de grupo de rock espetacular, alguma coisa de exótico no lado metálico. Sei que eles têm sucesso aqui, mas eu não tenho conhecimento de outro grupo de rock brasileiro que tenha feito sucesso aqui, porque é muito difícil ser competitivo com os americanos e ingleses. Eu me lembro que os *Paralamas* faziam a primeira parte dos shows da turnê internacional do Brian May, guitarrista do *Queen*, e simplesmente a EMI pagou tudo, as viagens, os cachês dos shows para apresentá-los ao público europeu. Eles fizeram esta experiência e não venderam discos depois. Foi um fracasso, porque o público viu que era um grupo que tocava bem o rock, não tinha originalidade, mas não tinha uma identidade que eles mesmos colocaram de fazer uma música brasileira. Eu sei que na música brasileira tem rock, pop, a música eletrônica. Tem o que vem agora com as novas gerações, todos estes novos DJ do Brasil, DJ Dolores é conhecido na França, também porque teve um agente que fez um trabalho em cima. A França tem esta particularidade de mercado, quanto tem um agente que trabalha um produto, quando ele acredita no artista, acaba acontecendo. O problema é que tem poucos agentes especializados

em música brasileira, então por isso tem uns mais conhecidos, outros menos. É uma questão de sorte, de coincidência de ser trabalhado por uma gravadora, um empresário, um agente que faz as turnês. Então, pelo fato de que teve quem se interessasse pelo DJ Dolores e ele acabou fazendo 30 shows na França, ele, obviamente, vai ser conhecido aqui.

LV: Então, tem uma abertura do mercado francês, quando tem alguém aqui trabalhando o artista?

JMB: Sim, mas tem modas, já tiveram compilações de empresas de discos européias *Ziriguiboom* e outras com compilações onde tem esta nova moda eletrônica brasileira, com DJs, com percussão. Para mim está um pouco afastado deste lado festivo, mas é outra música brasileira, ela é interessante também, porque não? Eu sou apaixonado pelo Brasil, então eu amo isso também. Eu tenho dificuldade com o rock, mas mesmo só os músicos brasileiros cantando em português, então para mim o charme é o som da língua portuguesa, o pior para mim são os grupos de rock brasileiros que cantam em inglês, seria o pior, a decadência. Mas não existe interesse em se combater neste terreno, não é a música do Brasil e eu não penso que eles são muito fortes neste domínio, e mesmo se falamos no rock francês, eles não são comparáveis ao rock americano ou ao rock britânico.

LV: E o jazz?

JMB: Para o jazz, é muito complexo como questão. O jazz é meu *métier*, 80% do que eu produzo é jazz, o jazz foi, às vezes, nutrido da música brasileira, teve a época da bossa nova, teve a colaboração de Stan Getz com João Gilberto, mas tem também, vice-versa, a música brasileira faz um jazz tipicamente brasileiro, lá podemos dizer que teve uma verdadeira integração. Tem, por exemplo, Egberto Gismonti, que neste momento está na França, ele veio para participar de apenas um show convidado pelo *Europajazz Festival de Mans* e na abertura se apresenta Bernard Wystraete, que apresenta seu grupo, um grupo de choro. Hermeto Pascoal trabalhou muito na Europa, ele agradou talvez pelo lado de espetacularidade no palco, com a banda que desfila pela platéia no fim, com as garrafas, com um jogo de cena extremamente vital, com uma grande vitalidade e uma grande virtualidade. Mas o que é tudo isso? É o jazz como um amálgama com o choro, com o forró, o baião, talvez mais do nordeste, mas tem também a bossa nova e outra música brasileira. Eu não gosto muito os músicos brasileiros que são “muito jazz”, de novo voltamos para aquela questão, quando eles copiam. Bom, tem os que não moram mais no Brasil, como Eumir Deodato, ele mora nos Estados Unidos, faz uma música que corresponde ao mercado americano. Sérgio Mendes

manteve elementos brasileiros, ele fez um disco com Carlinhos Brown que é interessante, talvez o mais interessante de todos porque ele realmente tinha uma vontade de misturar seu jazz com a música da Bahia e Carlinhos Brown. O resto não me interessa muito, como o Gandelmam, eu acho que ele perdeu sua “roupa brasileira”, não perdeu tudo, mas eu acho que ele ficou no meio termo. Mas quando um músico integra, como no caso de Egberto Gismonti e neste caso ele integra três músicas, a música clássica, o jazz e a música popular, ele está no cruzamento entre estas três músicas, um pouco como o Galliano.

LV: Eu pergunto sobre o jazz porque fiz uma entrevista com um diretor de um grande festival de jazz na França e ele disse que quando programa a noite brasileira ele não escolhe entre os músicos de jazz e sim entre os artistas da música popular brasileira para garantir um espírito de festa.

JMB: Sim, eu tenho um amigo na Bélgica que tem um catálogo de músicos de jazz brasileiros, ele tem este catálogo há 10 anos e não consegue vender mais que cem discos por ano, de cada um de seus músicos. Ele, sua paixão é o jazz, se casou com uma brasileira, então ele conhece bem a música brasileira, ele “pinta” seu jazz com as cores da música brasileira, mas é muito jazz e é muito difícil de vender na Europa porque é um jazz que não é muito diferenciado. Então, não tem uma especificidade que possa suscitar algum interesse apaixonado do público europeu, é uma pena. Ele tem coisas bonitas, mas sempre de cor pastel, falta esta força... Como tem o Hermeto. Tem também Naná Vasconcelos, Naná tocou com muitos músicos de jazz, mas mais como acompanhante, ele colocou sua marca, a marca da percussão brasileira nos discos de jazz. Mas ele fez seus próprios discos, como Egberto, no centro do triângulo do jazz, da música clássica e da música brasileira.

LV: Quais eram os seus critérios que o senhor utilizava, na época em dirigia o festival, para programar os artistas brasileiros?

JMB: Primeiro, meu gosto pessoal. Eu nunca apresentei alguém no festival que eu não gostasse. Às vezes eu me decepcionava com o show depois, mas na base tinha sido uma escolha pessoal. É verdade que programei, por exemplo, Jorge Ben, porque eu sabia que iria causar um “impacto dançante”. Bom, o show foi um sucesso, não é o meu artista favorito... Bom, o festival acontecia no *Palais des Beaux-Arts* em Bruxelas e é como a Sala Pleyel⁷⁷ em Paris, mais para a música clássica, onde as pessoas vão de smoking, todas chics e ele

⁷⁷ Sala Pleyel, tradicional e renomada sala de concertos de música clássica de Paris, inaugurada em 1927, com capacidade para 3000 lugares.

conseguiu fazer com as pessoas dançassem em cima das cadeiras. A capacidade da sala é de 2000 pessoas, não estava sempre totalmente lotada. O que eu fazia era colocar, por exemplo, Jorge Ben na segunda parte e na primeira eu colocava artistas que gosto como Ney Matogrosso, eu me lembro que o convidei duas vezes para o festival. Eu acho um artista maravilhoso, uma presença incrível de cena, não é um compositor, canta músicas dos outros, mas ele tem esta magia na cena e eu gostava de tudo. Então, eu buscava este equilíbrio, me dava a este prazer e ao mesmo tempo programava artistas que iriam atrair um grande público. Era isto, uma combinação deste tipo para poder fazer um programa que, ao mesmo tempo, era popular e tentando mostrar coisas novas para as pessoas. Era um segundo critério, não fazer apenas as coisas comerciais, se não só tem 5 ou 10 artistas, no máximo, e uma vez que a gente sai destes... Gilberto Gil era mais conhecido e ele continua sendo o mais conhecido, antes mesmo de ser Ministro da Cultura, mais conhecido que Caetano Veloso. Ele começou sua carreira na Europa antes de Caetano, começou a vir muito cedo, aceitava cachês muito menores do que os que ele já recebia no Brasil. Ele recebia o que a gente chama aqui de *cachê club*⁷⁸, eu me lembro de um show na *Grand Place* de Bruxelas, era como se fosse um show na Torre Eiffel aqui, e lá ele teve um grande interesse popular, no começo dos anos 80, já tem quase 30 anos. Era alguém que vinha todos os anos, ou quase todos os anos, ele construiu sua carreira, como Charles Aznavour, para citar um artista francês, de origem armênia, que construiu sua carreira no exterior. Tem muitos artistas muito famosos no Brasil que não aceitam vir à Europa por causa dos cachês ridículos e então eles perdem a oportunidade de lançar a carreira deles no início, porque depois fica cada vez mais difícil conseguir pagar o cachê que eles pedem, aqui na Europa. Tem um momento que é tarde demais. O que eu estou tentando dizer é que, se eu limito a programação a alguns artistas, nós vamos programar sempre os mesmos, Gil, Caetano, Milton. Milton era já conhecido, um pouco antes de vir, por sua colaboração com os músicos de jazz Herbie Hancock, Andy Shorter. Mesmo se eu sempre me decepcionava com seus shows, quase sempre, porque ele não é um artista para performance de palco, Milton e Chico são para se ouvir no disco. São pessoas apaixonantes, pessoalmente, que tem um universo, uma visão incrível. Chico é um grande poeta, mas infelizmente, ele tem este lado, acanhado no palco. No Brasil tem outro efeito, quando ele faz um show todo mundo chora, mas na França, apesar dele falar francês muito bem, não tem esta mágica na cena. Milton também, ele é muito tímido e fechado.

⁷⁸ Cachê Club é pago para artista que se apresentam em boates e são muito menores dos que os cachês pagos normalmente em festivais de jazz.

LV: Foi bom o senhor falar nisto, nas entrevistas que já fiz, eu ouvi esta observação sobre a relação com o público que, quando funciona, é um dos diferenciais dos artistas brasileiros.

JMB : Sim, com certeza. Tem um interesse por parte do programador em apresentar artistas como Milton Nascimento e Chico Buarque, mas é um interesse mais cultural, mais intelectual. Da parte do público, a demanda vai prioritariamente para Gil e Caetano. Bethânia também, mas ela tem tantas exigências para subir no palco que no fim ela acaba fazendo apenas faz um ou dois shows por ano. Ela não quer dividir a noite com ninguém, como acontece, ou acontecia, com alguns artistas de jazz como Miles Davis, Keith Jarrett, eles não admitem dividir a noite com ninguém, querem que a programação daquele dia seja só dele. Bethânia, agora, já está aceitando isto, eu soube que ela está fazendo, acabou fazendo, algumas concessões, é tudo uma questão de negociação, mas é muito complicado. Eu entendo, ela tem um show que é tão pessoal tão bem cuidado, com um tapete inteiro no palco de uma cor específica. Ney Matogrosso também, ele louco pela questão da iluminação, porque ele que concebia a iluminação dos shows dele e de Chico Buarque, também. Ele é tão louco pela iluminação que levava horas para montar e isto era um problema. No caso da noite que ele dividiu com Jorge Ben, sobrou pouco tempo para o Jorge Ben fazer a passagem de som. João Gilberto, na última vez que ele se apresentou no festival... Eu tive a má idéia de chamar a Astrud Gilberto para dividir a noite com ele. Porque é sempre aquela tentativa de equilíbrio entre coisas culturalmente interessantes e ao mesmo tempo comercialmente rentáveis. Eu tive a idéia de juntar João Gilberto e Astrud Gilberto. Bom eles tinham sido casados, (risos) mas há muito tempo atrás. Aí, teve muita discussão para saber quem se apresentava antes, quem se apresentava depois, logicamente eu achava melhor que João tocasse por último, mas paradoxalmente era Astrud que iria atrair mais público, porque ela tinha uma popularidade maior na Europa. E aí teve um acidente com ônibus da turnê dela, e o grupo da Astrud chegou muito atrasado. João Gilberto ficou muito preocupado com o que tinha acontecido com sua ex-mulher e ele, que tinha insistido em tocar por último, acabou se oferecendo para fazer o primeiro show. Ele cantou muito longe do microfone e seu engenheiro de som não aumentava o volume, tinha gente no terceiro balcão que não ouvia o que ele cantava e começou a gritar, “mais alto”, “mais alto”. Ele ficou meio perturbado com isto e no bis ele tropeçou no fio do microfone e caiu com o violão no palco. Este show fez parte daquele projeto de Rémy Kolpa Kopoul, que tinha Caetano Veloso com Carlinhos Brown e Moreno na percussão e também tinha João Bosco. A TV Globo veio do Brasil para fazer uma entrevista, porque ninguém tinha reunido João Gilberto e Astrud Gilberto no palco, desde que eles se separaram. Eu tremia até o último momento com medo. O melhor momento que eu vivi, no festival

brasileiro, foi quando reunimos vários artistas brasileiros em torno do Toots Thielemans. Ele tinha gravado o *Brazil Project*, onde vários músicos brasileiros convidados participaram de seus dois discos, e eu trouxe muitos artistas do Brasil para esta programação. Na verdade, eles vieram também para o lançamento de um disco do Trio Esperança em Paris. O Trio Esperança não é muito conhecido no Brasil, mas na França são bem conhecidos. E nós entramos em acordo e tivemos Chico Buarque, Gilberto Gil, Ivan Lins que vieram para fazer uma ou duas músicas com o Toots. E depois fizemos a mesma coisa com Tom Jobim, infelizmente depois da morte dele, Montreux e outros festivais também fizeram homenagens, mas fui o primeiro a fazer, porque foi logo depois da morte dele. E da mesma forma vieram, Caetano, Chico, João Bosco, Gil, com o quarteto que costumava acompanhar Tom Jobim.

LV: E seu trabalho como agente de artistas brasileiros, depois que o senhor saiu do festival?

JMB: Eu trabalhei com Chico César, ele é um artista de que gosto muito. Mas ele tem um perfil muito particular, mora em São Paulo, o que é um inconveniente, porque São Paulo não tem uma marca musical. O samba está ligado ao Rio, o nordeste tem o forró, o baião, Rio Grande do Sul tem sua música característica, Salvador tem uma música bem típica também, mas São Paulo não tem identidade, não tem esta etiqueta automática, então um músico do nordeste que vai morar em São Paulo, que é a capital econômica do Brasil, isto dilui a imagem na Europa. Ele teve problema para ultrapassar isto, ele faz uma música que é uma colcha de retalhos, um mosaico de todas as influências. Então, era uma vantagem e um inconveniente. Um inconveniente porque a música era diluída, não era muito definida. Ele fazia reggae, as pessoas gostam de reggae, mas se perguntavam “por que dançar o reggae de Chico César, se podemos dançar o reggae de um grupo jamaicano?”. Quando ele faz a música do nordeste é quando ele é mais convincente. Ele vai participar este ano do Festival de Montreux e vai ter um filme que vai ser lançado junto com o Festival que se chama “Paraíba, meu amor”, que é o título de uma música de Chico César, é um filme sobre o acordeom e o forró. Esta noite de Montreux vai ser muito interessante, só com acordeonistas, todos os acordeonistas do sertão, Dominginhos foi convidado, mas está com problema de saúde, o Richard Galliano também foi convidado.

LV: Então é importante, aqui na França, a identificação de um artista com uma determinada região?

JMB: Sim é importante, mesmo se não tem muitas pessoas que saibam onde é a Paraíba. Porque, na cabeça das pessoas, as capitais culturais são Rio, Salvador e Recife. Rio em

primeiro lugar, depois a Bahia e depois Recife, há muito tempo tem esta imagem. São Paulo não tem esta imagem, as outras cidades do nordeste não têm essa visibilidade. São Luís é uma cidade francesa e aqui as pessoas não conhecem nada do Maranhão, que tem uma história forte com a França. O que é uma pena, e é uma cidade que está muito mal-servida em termos de linhas aéreas, tem sempre que passar por Brasília etc. é infernal. Mas acho que é uma questão de tempo.

LV: E sobre o reggae, o senhor acha que o reggae brasileiro provoca interesse aqui na França?

JMB: Acho que o reggae, quando está “abrasileirado”, pode ser interessante, com os instrumentos de percussão brasileiros, com pandeiro etc. Se for o reggae tradicional, de novo caímos em uma música de outro país, é uma música de raiz africana e todo mundo tem o direito de fazer reggae, mas não é uma música, a princípio, brasileira.

LV: O senhor conhece outros países que produzem musique du monde, e que têm uma estratégia de exportação desta música?

JMB: A França, como todos os grandes países, eles tem setores que estão presentes nas manifestações culturais em feiras, em congressos. E agora até mesmo os pequenos países estão fazendo isto, até mesmo regiões. Eu acabo de vir de um congresso de jazz em Bremen na Alemanha e tinha representações de muitos países, tinha os escritórios de turismo do poder público, que dão muito apoio. A Áustria, por exemplo, eu fiquei surpreso, que é um pequeno país muito bem representado. Tem também as regiões, a Catalunha está fazendo um grande esforço, eles querem defender uma identidade cultural, através das instituições. Mas é complementar ao trabalho dos promotores privados. O dinheiro é o senhor da guerra. Então, se tem alguém que espera ter uma rentabilidade com um show, ele será o primeiro a se preocupar em promover de forma conveniente este show. Porque o poder público... Eles têm estes stands com os folders, mas depois dos salões e das feiras, eles não seguem as negociações. São os agentes, os produtores dos artistas que fazem o verdadeiro trabalho de promoção, porque eles são os primeiros interessados. Os Ministérios... É uma máquina pesada, muito lenta, a intenção é boa, mas o resultado... Quase sempre precisa dos agentes privados, porque eles estão arriscando dinheiro, então eles estão mais motivados. No serviço público, se parte de uma decisão intelectual, cultural, mas pode chegar outro, nas mudanças políticas, que vai fazer outra coisa e tudo se acaba. Não é durável. Quando tem alguém que investiu por muitos anos em um determinado artista, é mais motivado para fazer um trabalho.

Eu começo a ouvir outros ecos de diretores de festivais, tem um que tradicionalmente convida artistas brasileiros que me disse que cada vez tem menos público nos shows. Estou falando de um festival muito específico, que tem uma política de não trabalhar com os grandes nomes, com as estrelas. Tem dois tipos de escolha de programação brasileira, os produtores que procuram os grandes nomes, como o festival de Langon, Patrick Lavaud, ele quer um grande nome ou o *Nuits de Sud* em Vence que quer um grande nome e ter um grande público, mas, às vezes, os cachês são impeditivos. A outra política, mais cultural, é pegar pequenos grupos, menos conhecidos e menos caros, mas aí se corre o risco de ter pouco público, e esta foi uma reflexão deste festival, de constatar uma queda de público para os shows de música brasileira, principalmente quando se escolhe artistas que não são conhecidos pelo grande público. São políticas diferentes. Nunca foi o meu caso, mas, se eu tivesse um festival com um patrocínio público, eu escolheria quem me interessasse pelo lado artístico, mesmo que eu soubesse que não ia ter muito público, mas eu sei que precisa que o evento cresça, que o patrocinador privado fique contente, que tenha muito público, que saia na imprensa.

LV: Tinha também das gravadoras que apoiavam o artista na turnê, para promover o disco.

JMB: Sim tinha *tour support*⁷⁹, não existe mais. Para o festival eu consegui algum apoio no Brasil, apoio local. Por exemplo, eu levei jornalistas belgas ao Rio de Janeiro e à Bahia, porque eram os dois pólos principais de onde eu convidava os artistas brasileiros. Eu levei os jornalistas, o hotel foi pago pelas instituições de turismo locais e nos colocavam um guia e transporte a disposição, eram entre 4 e 6 jornalistas. Eu tinha também um patrocínio da VASP.

LV: Porque tão poucos agentes especializados em música brasileira?

JMB: Tem poucos agentes, acho que não é uma questão de interesse, talvez, são poucos os que conhecem bem o Brasil. Acho que é uma questão de moda, já teve forte no começo dos anos 1980, depois no fim dos anos 1990, em 1998, com a Copa do Mundo na França e com a Daniela. Não acho que estamos falando de estar fora de moda, mas certamente não é o período mais forte. Outra razão é porque é complicado trabalhar com artistas brasileiros. Para mim, o principal problema são as diferenças culturais. Primeiro, tem a questão do volume de som, no Brasil os artistas e os técnicos de som são acostumados a um som muito alto o que é completamente diferente aqui na Europa, principalmente em relação ao público. E é chocante

⁷⁹ Apoio que as gravadoras dão aos artistas para fazer as turnês de lançamento de determinado disco.

porque os artistas querem impor seus técnicos de som que estão acostumados com este padrão. Tem também a questão da iluminação, que é um problema de tempo, porque não tem tempo de fazer isto em uma turnê, é impossível ter as mesmas exigências técnicas. O terceiro problema é o número de pessoas que viajam com os artistas, a média é de geralmente duas vezes a quantidade de artistas no palco, é isso já se tornou piada, porque tem uma para cuidar do cabelo, outro das unhas etc. não acaba mais. Eu sei que é uma questão cultural, porque a mão de obra no Brasil é barata, então quase todo mundo tem alguém que faz os trabalhos domésticos, que cozinha, nas famílias ricas tem uma pessoa para cada ocupação destas. Então, os artistas mais famosos no Brasil estão acostumados a ter camareiras, alguém que carrega as malas, o outro que carrega os equipamentos, é normal no Brasil. Mas em uma turnê européia isto quer dizer mais gente para alimentar, para hospedar, mais transporte local e não se vê o interesse da parte dos brasileiros de entender esta diferença. Os brasileiros impõem isto e acaba sendo uma fonte de desgaste e de irritação. Por outro lado, os brasileiros têm muita facilidade de adaptação, eles têm facilidade de adaptação inclusive em relação às exigências técnicas, com poucas exceções.

LV: E a imagem dos produtores e técnicos brasileiros em relação a atitude profissional?

JMB: O problema com os técnicos e os produtores é de entender em que sala eles estão trabalhando. No *Palais des Beaux-Arts*, que é uma sala mais para música clássica, não foi feito para música amplificada, quando apresentamos um grupo de jazz a amplificação é só para dar uma *melhorada*. Com os artistas brasileiros, eles insistiam em ter o som alto e a sala não era apropriada para isto, além do mais tem a lei de limite de decibéis e os técnicos não respeitavam de jeito nenhum, porque estavam acostumados a fazer isto no Brasil. É uma questão de diferença cultural, o barulho no Brasil, às vezes, é um símbolo de riqueza, quando, por exemplo, os rapazes abrem a mala do carro com o rádio alto.

LV: O senhor poderia dar alguma sugestão para o desenvolvimento da exportação da música baiana?

JMB: Eu me lembro que quando fui a Salvador com os jornalistas belgas, tinha um produtor o Daniel Rodrigues que representava várias bandas de axé, Banda Mel, Banda Eva, etc, que, como eu disse antes, para nós é muito pop e efêmero e que não entrava na qualificação que os jornalistas belgas tinham da MPB. Então, fizemos muitos encontros para nada, ou com pouco resultado. A verdade que os tropicalistas não são mais identificados como baianos, eles sempre fazem referência às raízes baianas, mas toda a moda da música axé eu trabalhei com

Araketu, era a época da lavagem do Bonfim e desfilamos ao lado do trio elétrico e os jornalistas amaram, e foi uma maneira de mostrar o ambiente pré-carnavalesco para eles. Então, eu acho que uma das maneiras de divulgar a música baiana é convidar jornalistas internacionais à Salvador, porque a cidade tem muita vida e charme, tem muito mais impacto do que fazer show case aqui em Paris.

LV: O que você acha do trabalho do Mercado Cultural?

JMB: Acho é muito bom. Apesar de que a experiência profissional que tive quando levamos o duo Richard Galliano e Hamilton de Holanda não teve impacto direto, precisa participar de vários mercados para começar a fazer o nome. É um problema também de fazer uma ação como esta com muitos artistas convidados, acaba ficando grande demais. Em relação aos convidados também tem que ter cuidado porque tem gente que aproveita para tirar férias. Mas tem profissionais que estão interessados, eu sei, por exemplo, que vi Mônica Salmaso e gostei muito e sei que ela foi convidada para turnês na Europa, depois da apresentação no Mercado. Eu tive três ou quatro pedidos internacionais decorrentes do Mercado, de contratantes que viram o show lá, mas não foi uma explosão. Acho que é muito mais uma questão de trabalho individual, de vir aqui fazer turnês. Hamilton de Holanda, por exemplo, vem umas 4 vezes por ano, ele faz os shows, às vezes vem só para um show, porque ele está construindo uma carreira, mas não adianta pensar que logo vai ter um monte de dinheiro. Carlinhos Brown é um caso à parte, mas ele foi precedido de uma reputação e que ele veio com 15, 20 pessoas no palco, mas hoje tem 3 ou 4 festivais na França que podem bancar o cachê dele. Essas são algumas sugestões: se é um grupo no início tem que fazer muitos shows, ocupar o terreno; se é um artista mais conhecido, tem que selecionar os lugares onde ele vai tocar. Quanto a apoio institucional, tive uma experiência com o Governo de Pernambuco, que pagou as passagens de grupos de samba e um grupo de maracatu, eram 45 pessoas de Pernambuco. Pagaram o cachê de Alceu Valença e foi fantástico, foi magnífico. Eles se apresentaram na *Grand Place* de Bruxelas.

Jean-Paul Boutellier

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

JPB: Eu não sou um especialista em música brasileira eu sou mais um especialista de jazz, mas eu penso que a música brasileira tem uma relação que é um pouco idêntica ao jazz, eu sei que não é só isso a música brasileira. Ou seja, a música brasileira é uma fusão da cultura africana e de outras culturas que passaram no solo brasileiro, depois da chegada dos escravos negros da África. É o que aconteceu também na América do Norte com o jazz ou nas ilhas, com a música das Antilhas etc. Para mim é um pouco isto e é por isso que eu relaciono a música brasileira ao jazz e ela faz parte da programação porque para mim são músicas *primas* porque elas têm as origens muito vizinhas, mas eu estou simplificando as coisas. Eu considero que tem correntes na música brasileira, mesmo não sendo um grande especialista desta música.

LV: Como é a noite brasileira no Festival Jazz a Vienne?

JPB: A região de Lion tem uma grande comunidade brasileira que é muito importante e quando fizemos nossa primeira noite brasileira foi um pouco porque queríamos atingir esta comunidade, foi um tipo de noite feita para eles. Na época tinham poucos os artistas brasileiros fazendo shows na região Rhones-Alpes e nós fomos um dos primeiros a trazer alguns músicos que são efetivamente associados à festa. Paralelamente, a música brasileira, aos olhos do público francês, é muito ligada à bossa nova, todo o período do samba que é mais dos anos 60 e que não é, com certeza, a música brasileira de hoje, mas que traz certa nostalgia. A música de Jobim e de todos os outros músicos da época como João Gilberto é a música mais popular ligada ao Brasil. Depois vieram músicos do Nordeste, como Gilberto Gil, etc., mas a primeira música brasileira, que vem sempre a cabeça dos franceses é a bossa nova, porque é uma música que foi muito popular, e que, no momento, ela ainda faz sucesso, porque tem um cantora que se chama Stacey Kent que está retomando a bossa nova e que faz muito sucesso no rádio na França, ela é anglo-americana, mas faz uma música do repertório da bossa nova dos anos 60, não é Jobim. Isto para dizer que esta música ainda está muito presente na cabeça das pessoas. E sempre, quando apresentamos a música brasileira mais recente ou que apresentamos músicas mais atuais, mais próximas do rock, por exemplo, o público fica sempre desconcertado, dizendo “Olha, isto não é isto a música brasileira”. Quase sempre a música brasileira é o samba, teve um ano que tivemos uma cantora de samba que foi uma grande vedete do samba dos anos 50 (depois ele me mostrou o programa e era Beth

Carvalho) e é isto o que entusiasma as pessoas em relação à música brasileira, é uma música de uma geração.

LV: E quando falamos de música da Bahia?

JPB: Quando falamos da música da Bahia... Ela lembra, freqüentemente, Gilberto Gil que é baiano. Atualmente é o artista brasileiro mais popular, tanto pelo fato das inúmeras turnês que ele fez, como também pelo fato de ter esta responsabilidade política e que é conhecida na França. Gilberto Gil que veio aqui no Festival muitas vezes e representa um pouco a música da Bahia, mas eu sei que não é só ele que a representa. Este ano vamos ter outro artista que vem desta região que é Alceu Valença, que representa uma corrente musical que é completamente diferente... Que também é uma pessoa com certa idade, ele não tem 25 anos e é mais *rock'n roll* e certamente para o publico francês vai ser uma descoberta, porque eles não conhecem. Eu acredito que deva ser alguém muito conhecido no Brasil.

LV: E Carlinhos Brown o senhor sabia que ele é baiano?

JPB: Ele já veio muitas vezes, com seu grupo e também acompanhando outros artistas. Acho que foi com Gilberto Gil.

LV: Eu acho que foi com Caetano Veloso.

JPB: Carlinhos tem uma ligação profunda com a França, ele fala francês muito bem. Ele é bem ligado à França.

LV: O público francês tem uma noção do que é o Tropicalismo?

JPB: Eu não sei se o público reconhece o termo Tropicalismo, que é mais conhecido pelos especialistas, mas não é conhecido do grande publico. Eu acho que para os franceses tem dois grandes centros de música, a música carioca e a música, que eu diria mais do nordeste, do que da Bahia. Eu não sei se estou correto, porque no Nordeste tem Pernambuco, tem Bahia, mas para os franceses tem esses dois pólos de música. Efetivamente, a música do Tropicalismo é ligada ao Gilberto Gil no espírito das pessoas, e a música carioca é sempre ligada a bossa nova.

LV: Quais os critérios que o senhor utiliza para programar um artista brasileiro no festival?

JPB: Não é o mesmo critério para a programação de jazz. Na verdade, os critérios utilizados são muito mais música de festa, então nós vamos buscar uma... O que acontece é que

apresentamos muito mais grupos de MPB do que grupos de jazz brasileiros. Mesmo assim, alguns músicos brasileiros de jazz já passaram por aqui, como Hermeto Pascoal ou Egberto Gismonti, mas é uma música que tem menos exuberância que a outra música. Egberto Gismonti está mais perto da tradição de programação de jazz. Então, eles são mais programados como formação de jazz do que como música brasileira. Há uma corrente de jazz que está ligada a outras correntes de jazz moderno. Para mim, Hermeto Pascoal é um dos maiores músicos do jazz moderno, ele é brasileiro e utiliza os elementos musicais brasileiros, mas para mim é mais universal. Da mesma forma com outros artistas brasileiros, como Paulo Moura e Egberto Gismonti, são mais conhecidos por pertencer ao universo do jazz. Mas meu critério para escolher um artista brasileiro no festival é vocal e festa.

LV: Por quê?

JPB: Tem um público, principalmente a comunidade brasileira da região, que espera isto. Eu não estou convencido que Paulo Moura ou pessoas assim sejam populares, o mesmo com Hermeto Pascoal e Egberto Gismonti, eu já vi um show de Egberto em Lion, não tinha muita gente. Por outro lado, quando nós fizemos shows com Gilberto Gil, com Caetano, com Jorge Ben, as grandes estrelas brasileiras, incluindo as mais modernas, a comunidade brasileira respondeu e estava presente.

LV: O senhor recebe informação sobre a produção musical atual da Bahia?

JPB: Eu recebo as informações através de certo número de agentes artísticos ou *tourneurs* que são especializados. Que prospectam... Tem dois ou três *tourneurs* na Europa que prospectaram muito, na região da Bahia.

LV: O senhor poderia citar os nomes?

JPB: A agência *Jazz et Musique* de Michel Leconte que trabalhou com Thomas Stöwsand da agência Saudade. Tenho também informações através de amigos, sejam brasileiros, sejam franceses que viveram no Brasil, mas, efetivamente, prefiro ter mais relações com os músicos cariocas ou de São Paulo que do norte do Brasil.

LV: O senhor tem conhecimento do trabalho que está sendo feito com o apoio do governo do Brasil para o incentivo da exportação da música brasileira?

JPB: Eu nunca recebi proposições oficiais em nome de organismos governamentais. Tinha uma pessoa que morava em Nice, que era apaixonado por música brasileira e trabalhou com

instituições brasileiras para a difusão da música brasileira, e esta pessoa fez seu possível para encontrar shows para os músicos brasileiros, encontrar espaços de shows. Mas, diretamente, eu nunca recebi nada diretamente de instituições brasileiras, nem proposições.

LV: Que países desenvolvem uma estratégia comercial agressiva para exportação de sua música, dentro do gênero *musique du monde*?

JPB: Para a música dita a *musique du monde* é mais a África aqui na França, especialmente o Mali e o Senegal. O Mali é mais organizado, é uma antiga colônia francesa, nós temos muitos intercâmbios e o mesmo com o Senegal, ao nível de música tem muita coisa, tem as ligações entre os estúdios, tem intercâmbios culturais que são muito frequentes, a música do Mali está muito bem representada aqui na França, tem muitas coisas. Então é, sobretudo, com eles que temos os intercâmbios. Outras trocas que temos com outros países são mais sobre o jazz, com os países nórdicos, com o Japão, eu falo pelo festival. Mas os contatos para a *musique du monde* são mais com a África e com a América do Sul e, na América do Sul, o Brasil é o único país que estamos em contato.

LV: O senhor considera que as relações interpessoais são importantes no desenvolvimento desta atividade, por exemplo, o senhor recebe sugestões de programação de conhecidos, amigos?

JPB: Sim, para o jazz eu conheço bem e não preciso receber conselhos. Mas para as outras músicas, eu preciso ter estas ligações e efetivamente para a música do Brasil é importante ter estas ligações, eu tenho um ótimo amigo que é músico, eu posso telefonar e perguntar, ele vem regularmente na França. Ele tocou com Jorge Ben e mora em São Paulo, e é um grande amigo (não quis dizer o nome). Eu tinha também um colaborador aqui no festival, que morou no Brasil e era casado com uma brasileira, e assim eu acabei conhecendo melhor a música brasileira, mas mais para o lado do Rio do que do nordeste. De qualquer forma, a música do nordeste começa a ser mais conhecida e penso que isso se deve muito a Gilberto Gil. Ele é muito importante na difusão da música do nordeste, o conhecimento que ele tem da música desta região.

LV: Qual a imagem que o senhor tem da relação profissional com os artistas brasileiros?

JPB: Os artistas brasileiros são muito americanos. Eles são muito próximos dos americanos, nós trabalhamos muito com os americanos. Os artistas mais conhecidos se apresentam muito nos EUA e os outros têm uma atitude profissional que é muito próxima dos artistas norte-

americanos. Então, os relacionamentos são sempre excelentes, no começo tinham umas diferenças, que eu não entendia, principalmente a questão das diárias, eu nem sabia o que eram diárias (em francês termo usado é *per diems*), porque nós não tínhamos este tipo de cotação, de indenização. Tinha o *cachet*, mas quando eles falavam de diárias, eu não entendia. E aqui a gente não usa isto, então teve um período em que teve uma diferenciação de pagamento, mas agora são os agentes que resolvem este problema, para mim faz pouca diferença. Eles têm um lado muito norte-americano. Eles são muito profissionais, não tem atrasos, nada. Tem muita conviviabilidade, são artistas que estão muito próximos do jazz, é a mesma família. Eu aprecio muito o contato com eles. O Brasil e França têm certa aura, os artistas brasileiros gostam muito de vir a França. Eu não tenho nenhuma lembrança de dificuldade de algum artista brasileiro. Talvez um pouco, tem uns artistas caprichosos como João Gilberto, que é adorável, mas é muito caprichoso, tem umas histórias meio malucas. João Gilberto, por exemplo, nós temos um lugar onde cabem 8000 a 9000 pessoas e ele queria cantar sem sistema de som e tivemos discussões severas, ele não queria mesmo. Ele dizia “se eu canto com meu violão será suficiente, eles vão me ouvir”. Eu dizia “mas não é possível”. São caprichos de artista.

Gilberto Gil, por exemplo, ele conhece tão bem a cena internacional e já veio tantas vezes aqui na França que se sente em casa aqui. Nós apresentamos um grupo de artistas aqui que estão mais para o rock, mas que surpreendeu o público, porque eles não esperavam o rock. Teve um artista, eu esqueci o nome dele (depois descobrimos juntos que era Tom Zé) que é muito político e que fez um discurso político, e como ele fala francês, ele falou em francês, e as pessoas não o entenderam, porque efetivamente, o público não conhecia o artista. Ele estava associado a uma música de festa e o público não esperava esta declaração política em relação ao meio ambiente, em relação ao Brasil.

LV: O senhor consegue classificar o público que frequenta a noite brasileira no festival?

JPB: Para a noite brasileira não é um público jovem, de 15 a 18 anos, é mais um público para o qual a música brasileira lembra os anos 60.

LV: E como classe social?

JPB: Não temos uma enquete só para a noite brasileira, temos uma enquete geral. Temos um público instruído, um público que vai ao cinema, que vai ao teatro, que tem um bom nível de vida. E para a noite brasileira, é verdade que temos a colônia brasileira, eles são numerosos

em Lion. Temos os jogadores brasileiros de futebol, que vêm sempre ao festival. Há muitos jogadores brasileiros de futebol aqui. A presença de jogadores de futebol contribui na região para o conhecimento do Brasil. Parece besteira o que eu digo, mas a ligação desta região da França pelo Brasil é muito mais pelo futebol do que pela música.

Marc Régnier

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

MR: Não posso falar da música brasileira e sim das músicas brasileiras. Para mim, o Brasil é um caso único de riqueza de musicalidade, de criatividade, ligada a muitos fatores históricos, principalmente ao tamanho do país, que tem muitas configurações tecnológicas, históricas e mistura do povo. A música do Brasil, os músicos brasileiros têm esta capacidade de assimilar, ao longo da história, desde a invasão portuguesa, as várias influências exteriores, combinando com as músicas dos brasileiros originais, que eram os índios, e dos escravos que foram trazidos da África. Então, o que simboliza para mim as músicas brasileiras é esta diversidade, é esta criatividade enorme e essa capacidade de assimilar estas influências exteriores e traduzir esta mistura de uma forma única. Por exemplo, o forró que é genuinamente brasileiro e nordestino, você consegue ouvir influências das músicas tradicionais francesas da época da corte do rei junto com a influência dos índios e dos africanos. Você consegue identificar a origem de tudo no forró, só que o forró é uma forma única que só se encontra no Brasil.

LV: Quais os gêneros musicais que o senhor identificaria como gêneros musicais brasileiros?

MR: Dezenas são gêneros tipicamente brasileiros e em cada um eu consigo saber, porque eu li ou eu vi, mas eu sei de raízes brasileiras, mas o primeiro é logicamente o samba. Mas a palavra samba quer dizer música de celebração pelo Brasil inteiro. Fazer um samba na Zona da Mata no norte de Pernambuco é fazer maracatu rural. No Rio, o samba é o samba, mas você tem samba-enredo, samba-canção. Se você pega o caso do estado de Pernambuco, que eu conheço muito bem, você consegue identificar 12 tradições musicais, maiores, bem distintas umas das outras. São muitas, eu não queria fazer um lista exaustiva.

LV: O que não pode ser considerado como gênero musical brasileiro?

MR: Não quero criar inimizades com os artistas dizendo “olha isto não é música brasileira”, também essa noção de nacionalidade é meio antinômica. Um exemplo típico é seria o rock brasileiro dos anos 80, quando todas as gravadoras, todas as mídias estavam totalmente tocadas pelas influências dos EUA e da Inglaterra. Então era uma cópia, muito copiado dos estilos europeus e norte-americanos, mas mesmo as músicas dos *Paralamas do Sucesso*, por exemplo.... A cada exemplo você vai aí ter um contra-exemplo, os *Paralamas do Sucesso* nos anos 80 faziam uma música bastante copiada dos ritmos e das sonoridades americanas e inglesas, mesmo assim eles fizeram coisas muito brasileiras. Outro contra-exemplo: os Titãs

fizeram coisas extremamente criativas. Talvez o *hip hop* comercial, mas mesmo assim o *hip hop* da baixada fluminense tem que valem tanto quanto os dos subúrbios de Nova York ou dos subúrbios daqui, por exemplo. A música eletrônica, depende... Cada vez que o músico brasileiro quer copiar, muitas bandas vêm para mim e dizem “Olha Marc, eu tenho um produto que eu formatei para a Europa”, é a pior coisa para me dizer. Eu procuro música genuinamente brasileira, uma música eletrônica pode ser brasileira a partir do momento que introduz elementos da música brasileira. Se for para reproduzir a *house music* de Detroit, aí não. Mas toda a onda dos anos 90, do DJ Marxy de misturar o *drum'n bass* com o samba foi ótimo, foi criado lá em São Paulo, na época. O que é chamado de *funk* no subúrbio carioca, por exemplo, vem de inspiração tipicamente de Miami, o *Miami Bass* foi adaptado para o público brasileiro, é uma reprodução de coisa que já foram feitas lá no exterior.

LV: Então, por exemplo, falando de *funk* carioca, não teria uma boa receptividade, você não trabalharia com este produto?

MR: Quando eu escolho uma banda para trabalhar aqui, em termos de musicalidade, tem que haver uma especificidade brasileira. Mas isto é uma noção muito ampla, é muito mal definida, é difícil de definir pelo menos. Eu procuro achar o justo equilíbrio entre o que eu acho interessante, criativo e as possíveis expectativas do público daqui, mas isto mesmo é uma aposta difícil. Trabalhei até agora, em 10 anos, com 25 bandas. Havia bandas nas quais depus muitas esperanças de sucesso e foram um fracasso, outras e fui bem surpreendido pela receptividade, então é muito difícil. O público daqui, na Europa em geral, mas na França em particular, o público daqui tem acesso às melhores músicas do mundo inteiro, pelo fato de a gente ter aqui muitos imigrantes de muitas partes do mundo. Há uma abertura às músicas do mundo. A música brasileira aqui na França tem este duplo desafio, há uma cota de simpatia pela música brasileira enorme. Se você perguntar “você gosta de música brasileira?”, 98% vai dizer sim. Mas se você fizer outra pergunta: o que você conhece? Bossa Nova e samba. Forró, maracatu *axé music*, todas as outras formas genuinamente brasileiras, eles não conhecem. Então este foi um dos meus trabalhos, por exemplo: especialmente em cima das músicas de Pernambuco, na França e na Europa.

LV: Como o senhor poderia descrever a música produzida na Bahia?

MR: Eu não quero criar nenhuma inimizade. Eu escolho as músicas com qual eu trabalho também através do meu sentimento e uma música que não me toque profundamente eu não vou trabalhar, porque eu não sou um bom vendedor. O bom vendedor pode vender até o que

ele não gosta, mas eu só sou um bom vendedor quanto eu acredito no que eu vendo e que eu goste. No caso da Bahia, devo admitir, eu tenho certa dificuldade em gostar da música baiana, dos batuques do Olodum, do Carlinhos... Sei que é muito bem feito, muito profissional. Mas eu tenho dificuldades, a rítmica baiana me cansa rápido, mas é uma coisa extremamente pessoal. Eu quero voltar à Bahia, é um lugar maravilhoso, adoro a culinária baiana, gosto de Salvador, gosto muito mais ainda do litoral, mas eu não tenho muita sensibilidade em relação à música baiana. Admito também que eu recebo, toda semana, tenho 4 a 5 CD's de bandas brasileiras querendo fazer turnês internacionais comigo. Admito que quase nunca recebo música que vem da Bahia. Agora, na Bahia, eu posso citar artistas que eu adoro. O samba, como ele é feito no Rio. Artistas como Riachão e Batatinha para mim são mestres, mas eles fazem samba, um samba que eu identificaria mais como um samba do Rio. Ou pode ser um samba tipicamente baiano, então a música que eu gosto da Bahia é o samba. Agora tudo que *axé music*, não gosto e a levada dos tambores baianos acho legal, poderoso, mas talvez por eu ter sido criado musicalmente nas escolas de samba do Rio e trabalho muito, por exemplo, com a Estação Primeira de Mangueira e ter vivido muito, ter feito muitas turnês no mundo com estes batuqueiros, para mim tem muito mais criatividade a levada do samba do que a levada baiana.

LV: De qualquer forma você consegue fazer uma distinção entre aquela música que pode ser considerada baiana e outras músicas brasileiras?

MR: Não gosto muito de rotular, mas realmente as levadas dos tambores do Olodum para mim caem na classificação de batuque baiano e, passados 20 minutos, me cansam, são repetitivas. Mas a crítica também pode vir em cima da escola de samba do Rio, pela repetitividade, a crítica também valeria, não sei, aí é o coração e não o ouvido.

LV: E que gênero você não consideraria nunca como gênero musical baiano?

MR: Difícil...

LV: E performance baiana?

MR: A partir do momento que vejo uns negões pintados com os tambores enormes, batucando e dançando isto é muito... Tem pinta de baiano. Nunca me perguntei o que poderia definir como baiano ou não baiano, carioca ou não carioca, pernambucano ou não pernambucano, não sei muito bem responder a isso.

Eu gostaria muito de ser surpreendido agradavelmente com música baiana que me surpreendesse, até agora eu não conheci. Teve um rapaz que veio na última *Womex*, uma feira internacional, que é da Bahia, e me apresentou um trabalho super-original. Misturando uma forma de rock com canção, não tem nada de batuque, de levada baiana de Olodum e era original, mas não me lembro o nome⁸⁰. Ele chegou no meu stand e falou assim “Você gosta de música baiana?” Eu fiz aquela voz “Olha rapaz, eu tenho que admitir que eu até hoje nada me tocou profundamente” e em vez que ouvir aquele sim ou não, que é muito radical, ele gostou da minha resposta. E disse “Então toma e escuta” e eu ouvi, achei legal e disse “Me manda notícia sempre, de shows pelo Brasil, tudo o que você faz me informa, passa e-mail só para eu saber”. Por o processo de escolher uma banda para trabalhar demora muito é um processo demorado. Então, eu tenho que saber o que a banda faz e então, por favor, todas as bandas baianas, por favor, me mandem o material, me surpreendam.

Eu não quero ser linchado no aeroporto de Salvador, por favor. Tem uma coisa que eu gosto muito na Bahia é o orgulho das pessoas, especialmente do orgulho dos negros, a postura dos negros em Salvador me agrada muito. Num país que sofre de uma forma bem específica, no Brasil, eu não vejo um racismo como pode existir aqui, mas ele existe de fato. Há uma discriminação racial e social, é evidente. Tem mais negro na favela do Rio do que branco, tem também branco, tem os dois, mas no morro carioca tem muito gente de cabelo mais louro do que eu e de olho azul, sarará. O que eu gosto em Salvador é este orgulho do negro e, por outro lado, em termos de cultura, eu acho que o estado Pernambucano fez muito para divulgar e para autopromover.

LV: Com que artista brasileiro você trabalhou nos últimos 5 anos?

MR: Dos cinco anos para cá foram Renata Rosa, que lancei em 2003, Silvério Pessoa, que comecei a trabalhar em 2003, Côco Raiz de Arco Verde, Waldir Santos de Caruaru e Funk'n Lata. 2003 foi o último ano que trabalhei com Mestre Ambrósio, fizemos turnês nos EUA, Japão e Europa, o Hamilton de Holanda do Rio, com quem trabalhei dois anos como *booking agent*⁸¹, Seu Luiz Paixão, que é um mestre de rabeça lá de Pernambuco e com o Marcos Suzano. Nunca trabalhei com artista baiano, até agora.

⁸⁰ Não conseguimos identificar o artista.

⁸¹ Profissional responsável pelo planejamento e criação de uma agenda de shows para o artista.

LV: Quais os critérios que o senhor utiliza para escolher o artista ou a banda com quem vai trabalhar?

MR: Primeiro é um processo longo de avaliação, como acontece, normalmente, na maior parte das vezes. Voltei para Paris há 3 anos atrás, depois de morar 14 anos no Brasil, e eu vou muito pelas recomendações dos meus amigos músicos. Fiz muitas amizades ao longo destes anos. Então, eu vou pelas recomendações dos meus amigos músicos, dos meus amigos *managers* brasileiros. Depois, eu tenho que ouvir o CD, mas o CD não é referência para mim, porque o CD, dependendo do dinheiro que você tem, você consegue fazer um bom CD em estúdio. O que eu quero ver é a verdade, a prova de verdade é o palco, então tenho que ver no mínimo uma vez o show, nunca vou fechar com artista sem ter visto o show. Então tenho que ver o show, tenho que ter sido tocado pelo show. Para mim, a referência é quando me dá água nos olhos, o que acontece poucas vezes, mas, ainda hoje, acontece algumas vezes. Depois a adequação entre a proposta musical e o que eu imagino da possível receptividade e das possíveis expectativas do público daqui.

LV: Não é só em relação à qualidade musical, tem também uma questão de performance no palco, figurino, iluminação?

MR: É importante, claro, é importante. Como eu sempre procuro escolher como eu acho que são os melhores em cada estilo, por exemplo, no caso do Hamilton de Holanda, no quinteto, os caras fazem uma música no palco extremamente complicada, extremamente complexa, mas sempre fazem o show sorrindo, olhando um no olho do outro, brincando. Enquanto outro artista, talvez, poderia fazer a mesma música, mas super-concentrado na nota que vai tocar. A performance faz parte do show, mas não é tudo só a performance não compensa. Eu penso que é um conjunto. É um todo, é a emoção do show, é a vibração, não precisa ter necessariamente bailarinos ou bailarinas ou não precisa que o pessoal dance o tempo todo como o Olodum. “Legal, Olodum! Mas não precisa dançar o tempo todo (risos) melhor fazer uma batucada um pouco mais elaborada para mim. Olha! Não quero chegar no Pelourinho com o cartaz “procura-se”.”

Continuando sobre a escolha. Então, depois eu vou conversar com o artista. Eu não procuro virar amigo do artista, porque obviamente que a gente está aqui para trabalhar. A maior parte das vezes, quando dá tempo acabamos virando amigos, ao longo do tempo. Sou uma pessoa honesta, trabalho com tudo transparente, deixo *super-claro* que a aposta de vir para cá para Europa para fazer uma carreira significa para muitos artistas voltar ao zero, porque um cara

que faz grandes shows no Brasil, aqui, ninguém conhece, a não ser uma parte da comunidade brasileira. Então, ele vai ter que enfrentar clubes pequenos, cachês pequenos no primeiro ano, ganhando, mas ganhando pouco. Eu mesmo costumo não ganhar nos dois, três primeiros anos, porque faço um investimento. Às vezes funciona, depois de pagar o investimento, às vezes não, às vezes continua. Com Silvério Pessoa, eu comecei a trabalhar em 2003 e fiz turnê pelo mundo inteiro, mas só este ano vou começar a receber o dinheiro que investi. É um processo longo, então o artista tem que estar ciente disto, ele tem que ter vontade de desenvolver uma carreira internacional.

Eu já falei com um artista brasileiro, do Rio, que eu não vou dizer o nome, que falou para mim “O Marcos, você faz turnê na Europa, me leva para fazer”, eu falei “Cumpadi, o que você quer? Começar do zero lá enquanto aqui você enche o Maracanãzinho? Quer conhecer a França? Faz uma turnê pelo Brasil ganha dinheiro, ele tem um manager super-competente, faz uma turnê pelo Brasil e depois tu vem (sic), a gente senta e eu te faço um roteiro para passear com sua família, ir aos melhores restaurantes, nos melhores lugares”. Muita gente fala “Ah! Vou para a Europa”, quer fazer a primeira turnê na Europa e depois voltar para o Brasil e dizer “Cheguei, sou o rei”. Não é nada disso: aqui o mercado é supercompetitivo, supercomplicado, o mercado brasileiro é pequeno, muito pequeno. Então, não tem nada garantido, essa parte da motivação do artista é superimportante.

LV: E em relação ao profissionalismo, você acha que este artista ele já deveria ter um produtor lá no Brasil, por exemplo, ou não importa?

MR: É sempre melhor, mas já teve casos que o artista não tinha produtor lá. Tem caso da Renata Rosa, ele já fez 150 shows internacionais, tem discos no Brasil e aqui ela já é famosa. É um dos grandes nomes da música brasileira no exterior, mas pela música dela ser uma mistura de tradições pernambucanas, ela não encontra o interesse que merece lá no Brasil. O pessoal acha ultrapassado, não se interessa. E por ser mulher e por ter nascido em São Paulo, ela é vetada até em Pernambuco, onde rola um machismo e umas brigas internas incompreensíveis. Então, ela não toca em lugar nenhum, toca no circuito internacional e ponto final. Não toca em Recife, não toca no Abril pro Rock⁸² e aqui ela já ganhou o Disco do Ano de 2004 da revista Le Monde, é minha artista de maior venda, é a artista que mais fez shows no Ano do Brasil na França em 2005. A Renata vai chegar lá é só ganhar o Grammy com o próximo disco dela e aí todo mundo vai abrir o olho. Ela é linda, inteligente, talentosa,

⁸² Festival de rock que acontece em Recife, realizou em 2008 sua 16ª edição.

trabalhadora.

LV: O senhor acha que tem artistas brasileiros que tem um público fidelizado na França?

MR: Na verdade, é o objetivo de qualquer agente internacional, fidelizar o público. Tocar em festival no meio de uma programação de 30 bandas em dois dias, mesmo se for o show for fantástico, quem vai assistir a este festival não vai pelo nome do artista, vai em família, vai com amigos. Ele vai ao festival se divertir com uma programação diversa e tendo confiança no gosto do programador. Mas isto não faz o artista. O público fiel, ele se forma fazendo shows em pequenos de clubes e você tem que começar com um público de 150 a 200 pessoas, aí sim quem vai ver o show comprou o ingresso para ver aquele artista e se o artista for bom e tocar no coração das pessoas, você fideliza o público. Isto é a base e o verdadeiro trabalho de desenvolvimento de um artista, é a essência do trabalho. Tem artistas que tem público claro: Caetano, Gil, Chico Buarque, Lenine... Agora, mas num grau menor, artistas meus como a Renata, Silvério Pessoa, tem gente que vai ver a performance deles, mas num patamar bem inferior dos 4 primeiros que eu citei. Mas também Gil, Caetano e Chico vieram aqui durante a ditadura militar e já começaram este trabalho no final dos anos 60, início dos 70, estão na praça há mais de 30 anos, além do enorme talento de cada um, é normal que eles tenham um público fiel. Mas, no mercado hoje, a principal dificuldade para qualquer promotor, qualquer que seja a origem do artista, é fidelizar este público.

LV: E você considera que estes espaços, como o Divan du Monde ou Cabaret Sauvage, por exemplo, é este o tipo de espaço para os artistas emergentes?

MR: Eu não vou no *Divan du Monde* porque tem um sistema de difusão de som, de sonorização que corta 85 decibéis, então isto é muito complicado. Não seria, tem que começar o *Satellit Cafe*, *Cabaret Sauvage* não tem um público fiel. Cabaret Sauvage você traz o público em torno de uma proposta artista, de um evento, como o concurso das batucadas, por exemplo, que lota a cada ano e é grande também, já tem que trazer um artista que fez o nome. O público mais difícil de fidelizar é o público parisiense, porque tem 40 shows por dia aqui, é muito difícil. Agora, temos público fiel para Renata e para Silvério em Bordeaux, em Toulouse, em Lîle, em Nantes. Começou pelos shows pequenos, agora que a gente está crescendo. Então, aqui em Paris, por exemplo, seria começar a lotar o *Satellit Cafe* e depois você pode pensar em lotar o *New Morning* e depois para pensar em passar para a parte superior fica muito difícil toca no *Bataclan*, no *Elysée Montmartre*, no *La Cigale*, mas poucos conseguem. O caminho típico, mas não é um roteiro fixo, uma verdade única, seria *Satellit*

Café e depois *New Morning*, se você lotar o *New Morning*, aí já você tem um público fiel.

LV: Existe algum tipo de público francês que estaria relacionado com esta música baiana, que você identificou com o batuque do Olodum, com Carlinhos Brown?

MR: Este batuque para mim faz parte do clichê, infelizmente, das músicas brasileiras devido a uma forte promoção que foi feita, até mesmo para exportar esta música da Bahia, como o Terra Samba que teve muitos incentivos para apresentações internacionais e a Daniela, que fez uma grande carreira aqui. O Carlinhos Brown começou fazendo um nome, mas agora com as últimas músicas (para o gravador) “Oh Carlinhos, eu não quero brigar contigo”, mas ele sabe muito bem disto, os últimos discos dele não emplacaram aqui. Mas ele lota estádios na Espanha, ele faz uma turnê espanhola e lota estádios. Então se concentrou nisto, ele não o corre risco de ganhar um cachê pequeno. Tem que ver também que o mercado mudou muito, há cinco anos atrás eu passava a minha vida na Alemanha, porque lá havia muitos shows, muito dinheiro. Então, eu fazia turnês enormes na Alemanha com o *Funk'n Lata* e agora não é mais o caso, os cachês caíram totalmente. Então fica muito difícil para vender uma banda grande como Carlinhos, como *Olodum*, como *Terra Samba*, como *Funk'n Lata*, fica muito difícil.

Para voltar a sua pergunta, sim tem um público para a música baiana. Porque tem um fenômeno de uns cinco anos para cá, que se multiplicaram na França inteira o número de batucadas, jovens franceses que querem aprender a percussão brasileira. Então tem três focos de interesse no Brasil, Pernambuco com o Maracatu Nação, que é o maracatu de baque virado, a Bahia e o Rio. Então, devido ao baixo preço das tarifas aéreas e da abertura cada vez maior dos franceses, e do mundo inteiro, mas dos franceses, dos jovens franceses ao acesso a estas culturas, muitos foram ao Brasil, ou alguns nem foram, mas gostam de aprender estas levadas nas batucadas. Hoje em dia, este é um número de dois anos atrás, hoje já tem muito mais, já tem 300 batucadas na França, então tem um grande interesse sim, tem um público que vai para assistir a um show de batucada baiana.

LV: O senhor tem recebido informações sobre a atual produção musical da Bahia?

MR: Pouquíssimo. Este rapaz que veio na Womex e só, só, só. Recebo muita música de SP Rio, Minas Gerais e Pernambuco.

LV: Você acha que os produtores musicais no Brasil estão organizados, estão organizados em

rede? Estas informações estão chegando aos produtores franceses, de certa forma, organizadas? Principalmente para você que é um comprador de música brasileira.

MR: Não tem bem uma organização, assim. Existem sim, várias feiras, cada vez mais tem feiras, reunindo profissionais com o âmbito de abrir para o mundo. Já fui chamado para fazer conferência, cada vez que vou fazer uma conferência, seja em Brasília ou em Pernambuco, toda vez que acabo uma conferência tem um fila de 30 artistas me entregando o material. A maior parte do tempo são iniciativas pessoais dos artistas, tem que lembrar também que há um grande déficit de produtores no Brasil, em relação ao número de bandas e a criatividade. É um absurdo o quanto fazem falta promotores, produtores no Brasil, deveria ter muito mais, deveria ter uma política de formação de profissionais, de produtores. O mercado é enorme e cada vez mais vai se diversificar, cada vez mais tem espaço para jovens, mas para ser produtor tem que tem que ter conhecimento de tudo um pouco, entendeu? De logística, de negociação, de direito, de economia, tem que saber fazer um monte de coisa. Hoje em dia eu acredito que os jovens, das classes sociais mais altas que tem a chance de ter acesso a uma educação correta, mas até de classes baixas, conheço o caso de Vigário Geral, especificamente no Brasil, e de jovens que moram no subúrbio e que se lançam inteiros. Mas deveria haver uma política de formação. Eu estou pronto para me disponibilizar para ensinar e dar os passos para contatos, para chegar a este mercado internacional. É interessante, é bom, uma grande escola para um artista vir fazer turnê aqui. Uma coisa é lotar teatros na sua própria cidade, em seu próprio estado, a outra coisa é vir tentar emplacar aqui.

LV: Se, por exemplo, tivesse uma rede, na Bahia, com um portal na internet com exemplos de música e de bandas, isto funciona?

MR: Olha no meu caso, no processo de escolha, tem que lembrar também que eu escolho por ano... digo 300 vezes não e uma vez sim. Isto é, minha estrutura é pequena, quero mantê-la pequena, não vou procurar novos artistas no *YouTube*, por exemplo, como um portal de promoção destes artistas. Pode ser um jeito, mas eu não vou até este portal para procurar os artistas, eu vou ter que ouvir de um amigo produtor ou de um amigo músico, ou pela iniciativa do próprio músico ou do produtor que vai entrar em contato comigo, por e-mail "Alô Marcos, tenho uma banda". Eu nunca apago os e-mails, já tenho uma resposta formatada, "obrigado pelo contato, pode mandar seu material..." aí acabo com uma pilha de CDs. Nem tenho tempo de ouvir tudo, porque às vezes o artista faz este primeiro contato, manda o material e nunca retorna. Eu gosto da postura do produtor, que é ligar, ligar, encher o saco até o pessoal ouvir e dizer ou sim ou não. Tento sempre dizer o porquê, às vezes tenho

que mentir...

LV: Eu estou percebendo que essa relação interpessoal é importante. Na entrevista, o senhor falou várias vezes de amigos músicos ou amigos produtores que influenciam também na sua escolha?

MR: Sim claro, o aspecto pessoal também. Para voltar àquela questão de como eu escolho uma banda, também a postura do artista ou a postura do produtor. Eu gosto também de humildade também, pé no chão, não gosto de doidão muito doidão, um pouquinho claro tem que ter, mas nem tanto. Não vou pegar um cara que cheira pó todo dia, não é? É inviável. O importante é tratar bem a pessoa, da música até o tratamento o relacionamento com o artista.

LV: Quais as regiões do Brasil que têm uma estratégia agressiva de exportação de sua música, o senhor consegue identificar, por região?

MR: A Bahia já teve.

LV: E Pernambuco?

MR: Não, nem um pouco. Nada, nada. O estado de Pernambuco é muito sacrificado economicamente, cultura está fora das prioridades do governo. Então o pouco dinheiro que tem não vai para a cultura. Quando vai, seria mais iniciativa da prefeitura, fica muito na panelinha, na amizade ou ...

LV: No MIDEM, não houve uma representação pernambucana?

MR: Aí que está, tem estados que investem, que compram stands que custam uma fortuna, no Midem, na Womex, mas eles ficam ali, aí você tem montes de produtores fonográficos que chegam com catálogo de 500 referências esperando que um selo europeu vai chegar e diga “olha, ok, eu compro tudo”. Não é assim que funciona. Iniciativas tem, mas desinformação tem mais ainda, nem sabem como funciona o mercado daqui. Sabem, mas chegam pedindo cachês absurdos, pensando que aqui é o Eldorado, que aqui está cheio de dinheiro, que aqui vai se ganhar dinheiro, aquele clichê antigo. Claro que a gente paga em euros, mas o mercado é tão pequenino, aqui chega o melhor e o pior da música brasileira. Também chega o melhor e o pior da música africana, toda a África, tem muitos países, por exemplo, a Argélia, a África do Sul, tem um leque da música da Europa do Leste, toda a música feita pelos jovens daqui, que também está tendo o acesso a todos os estilos que é muito interessante. Então, tem muitos artistas brasileiros que chegam aqui e pensam: “Cheguei e vou me dar bem”. Eles estão

muitos desavisados, “Ah estes gringos não sabem de nada”. Isto é desinformação.

LV: E o senhor identifica algum país, enquadrado dentro de *musique du monde*, com esta estratégia de exportação de música?

MR: A Escandinávia, eles se juntam para promover a música de todos os países: Noruega, Suécia, Finlândia e Dinamarca. Estão vindo com o melhor, artistas suecos, finlandeses que chegam, principalmente para o mercado do jazz, da música clássica e eles conseguem bons resultados. A realidade também é bem diferente, eles estão muito mais em contato com mercado daqui. Também não quero ficar mal com a ABMI, com todos que estão presentes, a BM&A, conheço toda a gente, mas acho que ainda tem pouco resultado. Se tivesse uma sugestão para dar, seria mais identificar quem são os atores, os intermediários, que fazem realmente o trabalho para promover a música brasileira, é um verdadeiro trabalho aqui. São poucos os que trabalham muito na Europa para divulgar a música brasileira, seriam uns 10 na Europa toda. Seria muito melhor identificar estas pessoas, dar-lhes os meios, porque a gente não se aproveita de nada, não tem direito a dinheiro do MINC. Seria um trabalho de identificar quem são estes atores, dar um meio de continuar o trabalho que já fazem com os artistas e dar o meio de tentar promover os artistas novos. Obviamente se o estado de Pernambuco me der um dinheiro para me ajudar no trabalho de desenvolvimento dos artistas que eu já escolhi e dizer “não, você vai ter que trabalhar com tal e tal artista, por exemplo, a *Orquestra Spok de Frevo*, tudo bem, adoro, um bom exemplo, aí ajudaria muito.”

LV: O senhor nunca teve nenhum tipo de apoio direto do governo de Pernambuco?

MR: O pessoal não tem tanto dinheiro lá para me oferecer e então o tempo que vou passar para contar com este dinheiro, sem saber, às vezes, nem vale a pena. Quando você pede este tipo de apoio, normalmente, a resposta chega muito em cima da turnê. Eu não posso esperar porque eu monto a turnê com um ano de antecedência. Este ano, quando eu estiver na estrada com Silvério, já vou falar com os diretores de festivais sobre o que vai rolar no próximo ano, entendeu? Ao encontrar com eles na Womex, eles já começam a fechar os principais festivais até final de janeiro, já está fechado. Aí, não posso saber se vou ter a passagem para montar minha turnê um mês antes, então o que eu faço: eu monto minha turnê, compro as passagens. O caminho certo seria pedir as ajudas locais e também eu prefiro deixar este cuidado ao *managers*, aos produtores e aos artistas lá. Eu tenho a minha empresa no Rio, mas eu não estou lá. Então, é mais fácil o artista preencher os requerimentos para o MINC, com minha carta convite, com a carta convite dos diretores dos festivais e tentar umas passagens. Já

consegui uma 10 passagens do MINC para turnê do *Funk'n'Lata* na turnê da Copa do Mundo de 98, já faz 10 anos. Agora, talvez, vamos receber uma passagem do Silvério Pessoa para uma conferência, num festival que ele é padrinho, mas eu já comprei a passagem dele. Se a gente receber, eu peço o reembolso e perco 100 euros, em uma passagem de 1000 euros. Mas eu não posso esperar, você tem que montar uma turnê, juntar um número de cachês suficientes para viabilizar a turnê e daí se chegar uma ajuda é bem vinda, mas um diretor de festival não pode esperar até um mês antes. Um mês antes do evento, tudo já está impresso. Não posso ligar e dizer “lamento, sei que os cartazes já estão na rua, mas eu não consegui a passagem”, a gente não volta nunca mais.

LV: Como é sua a experiência na negociação de cachês, existe uma tabela para shows de *musique du monde*?

MR: Estamos na tabela de artistas do mundo, que é a pior, a menos remunerada. Depende do tamanho da banda. Primeiro que tem um cachê mínimo que tem que declarar aqui na administração francesa e eu pago o imposto, tem que ter autorização de trabalho, abaixo de um mês de turnê não precisa de visto de trabalho. O cachê mínimo para cada músico é de 84 euros líquido por shows, mas para mim custa o dobro, em encargos sociais. Na verdade, tem que dar um jeito para dar um a mais para eles... É muito raro ganhar o mínimo, nunca pago abaixo de 100 euros por show, mas pode ser muito mais. E o líder da banda recebe 4, 5 vezes mais (500 euros por show). Além disso, pago estadia, diárias, seguro saúde, tudo, transporte do Brasil até aqui, transporte terrestre, todo o transporte interno.

LV: Estamos falando do mínimo, mas qual é a sua margem de crescimento em relação a cachê?

MR: Os músicos do Silvério Pessoa começaram com 100 euros por show, hoje em dia recebem 140 euros. Com o Silvério como nosso acordo é que eu divido os lucros de forma igual. Eu garanto um cachê para ele, mas teve vezes que ele tocou por 200 euros, quando a turnê mal se pagava. Ele aceitava por menos, mas ele é muito aberto. Comigo as contas sempre são abertas, sempre, tem tudo disponível e toda a contabilidade, para saber quem ganhou o quê. Eu sempre falo com o líder da banda, o produtor. Os músicos, é raro encontrar um grupo que se interesse, então eu falo com o líder. É tudo uma negociação, às vezes é um cachê fixo e eu tenho que me virar para pagar as contas, com o Silvério a gente divide igual, este ano eu espero receber muito mais.

LV: O senhor geralmente faz um cachê fechado por show ou faz pela bilheteria também?

MR: Tem shows que são pela bilheteria, depende da banda. Tem sistema de bandas diferentes, mas a maior parte do tempo o artista não quer nem saber se é bilheteria ou se não é ele quer é receber, especialmente o músico contratado. Um líder de banda está muito mais sensível, porque afinal é a carreira dele. Os músicos, ele pode mudar, pode trocar de baixista, de percussionista. Mas o líder, o que está em jogo é o nome dele, dela. Quando é bilheteria, a gente tem outras tabelas, depende de quantas pessoas. Se eu ficar deficitário eles até abrem mão do cachê, enquanto garanto o pagamento dos músicos. Se a bilheteria for muito bem, a gente divide os lucros. Tem muitas configurações, tem muitas formas de se pensar e não tem regra. Show vendido é tanto, na França, por exemplo, os festivais pagam muito bem, bilheteria é metade e também eu peço para o grupo fazer um show promocional de graça por semana de graça na FNAC, é essencial. Mas sempre no âmbito de trabalhar no desenvolvimento da carreira do artista e trabalhar no ano seguinte e no ano seguinte e um dia a gente chegar lá e ganhar muito bem.

LV: Como o senhor avalia a atitude profissional dos artistas, técnicos e produtores brasileiros?

MR: Tem de todos os tipos. Felizmente, a maior parte do tempo tenho trabalhado com muitos profissionais. Pelo fato de cada um querer mostrar serviço, vir aqui na Europa. Uns músicos não estão nem aí para a Europa, estão aqui para ganhar cachê, mas a maior parte são jovens, eles têm vontade de descobrir o mundo, então eles vão fazer de tudo... Agora, como a turnê dura mais de três semanas, podem surgir problemas pessoais. Porque é muito difícil ficar longe de casa, comida estranha, porque você fica em grupo, junto com os amigos, mas na hora de trabalhar costuma ir muito bem. E pela minha proposta de mostrar este “Outrobrasil”⁸³ eu quero quebrar este clichê do artista brasileiro largado, sempre atrasado na passagem de som.

LV: Então o senhor acha que existe esta imagem?

MR: O problema é que quando está tudo bem, ninguém nota, é a norma. Quando tem um que chega atrasado para a passagem de som aí complica o trabalho de todo mundo, para os dez anos seguintes. E o que se conversa são os problemas, nunca quando vai bem. Então infelizmente tem umas produções e uns artistas... Baianos, ou outros também, que por falta de profissionalismo, mas não é só a culpa do músico. Então, se for um músico preguiçoso ou músico atrasado, eu boto na linha, eu ensino a ser pontual. Eu não aceito me deixar esperando

⁸³ Nome da empresa de Marc Régnier.

no lobby do hotel, eu tenho meu tempo. Está desrespeitando a mim e a todo grupo. Então se ninguém quer falar, se ninguém no grupo se preocupar com isto, eu me preocupo. Eu vou pegar, sou uma pessoa muito gentil, mas não permito, não vou aceitar que alguém por falta de profissionalismo ou atitude, não seja profissional, então aqui também é uma escola disto, escola da pontualidade.

LV: Em relação ao contratante, o senhor acha que existe uma expectativa negativa em relação à atitude anti-profissional do artista brasileiro?

MR: Sim, mas não é só do artista brasileiro, os africanos também tem muita fama. Tem africanos superprofissionais, mas tem muita gente aqui na França com este clichê na mente, “Ah, o brasileiro é preguiçoso. Ah, o africano é preguiçoso”, olha que horror!

LV: Então, o senhor admite que existe este pensamento?

MR: Já existiu. Já tive artista que me “encheu o saco”, desculpe a expressão, chegando atrasado, foi uma guerra, uma pena para ele, porque poderia rolar tão bem, eu tive este pensamento: este cara nunca mais vai trabalhar comigo. Eu falei “Você nunca mais vai trabalhar comigo, ok, tá falado”.

Esse meio da chamada *world music*. Está todo mundo cada vez mais profissional, a gente já tem 10 anos na praça. Os diretores de festivais me ligam para saber o que eu tenho para propor, isto é uma forma de confiança. Mas não é só confiança em mim, é também confiança da parte do artistas. Quando trabalhei com o *Funk'n Lata*, já pensou? 12 pessoas do morro da Mangueira, alguns saindo do narcotráfico e tudo e alguns “Oh! Como vai ser? Como vai ser?” Eram os mais pontuais. O Ivo Meireles é totalmente profissional? Na hora de trabalhar é sagrado, fizemos uma turnê mundial, sempre todo mundo ia cumprimentar, dezesseis pessoas no palco, a passagem de som em 1 hora, nunca se viu. Mas o Ivo, como diretor de bateria, ele tem uma disciplina extrema, quase militar, nunca tinha problema e recebíamos muitos cumprimentos por muitos lugares por onde passamos. Mas tinha aquela idéia “Vocês estão na hora? Que surpresa!!”, me poupem, por favor. “Claro que a está na hora gente está na hora!”. Chegamos até antes.

Méziane Azaïche

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

MA: É difícil descrever, eu posso dizer como eu a concebo, como eu a vivo, como eu a sinto. Para mim, a música brasileira é um espírito de festa, é a alegria, é convivialidade, é a música mais quente hoje que circula na Europa é uma música muito próxima de.... É alguma coisa... o mais próximo da alma, é convivial, é muito quente, é dançante, é alegre. E não tem só este lado, tem também o lado de música muito trabalhada, muito pesquisada, muito comunicativa, mas que fica, de qualquer forma, como emoção. Toda a bossa nova e o resto, não é só para fazer a festa, é também para aperfeiçoar a técnica do violão, a técnica da música. É isto, se eu devo descrever a música brasileira, é deste modo que eu a vejo.

LV: E se falamos de criação, de novas músicas?

MA: O Brasil para mim é a música tradicional, sobre a qual as novidades se apóiam. Toda a música eletrônica, um pouco aquela que vem do Brasil, utiliza as tonalidades dos músicos tradicionais e para mim não há nada de mais criativo do que pesquisar a música nas próprias origens. E as origens da música brasileira são uma coisa muito forte e de repente tudo que vem da *música atual* está apoiado no tema da música tradicional. É claro, as misturas que se fazem hoje, além dos instrumentos, podem ser também misturas com técnicas modernas, com os novos meios.

LV: Existe algum gênero que poderíamos dizer que “isto não é música brasileira”? O rock, por exemplo?

MA: A música, eu acho que ela evoluiu no Brasil e no mundo inteiro e o Brasil não é mais o mesmo. O Brasil avança com o mundo. A música brasileira hoje, nós não podemos dizer, isto não é a música brasileira porque eles perderam um tipo, bom nós os enquadramos e eles perderam este enquadramento, eles saem do enquadramento. Melhor para o Brasil, para os brasileiros e para a música, mas é impossível não reconhecer a música brasileira, mesmo quando eles saem do enquadramento, tem sempre o perfume do Brasil.

LV: O público francês é receptivo a estas mudanças e essa busca de sair do enquadramento?

MA: Nós fazemos muitas noites brasileiras, muitas (me mostra um panfleto de uma apresentação de DJ Dolores). O público é sempre o maior que temos quando fazemos as noites brasileiras. Todas as noites brasileiras que fazemos são superlotadas, são muito

coloridas, muito abertas, tem sempre o espírito da festa, sempre alguma coisa... Para os parisienses, o Brasil, a palavra Brasil, quer dizer festa, sol, o mar, são pessoas tranqüilas que adoram fazer a festa, mas não procuram confusão.

LV: E música da Bahia?

MA: A música da Bahia não me diz nada de específico, ao mesmo tempo, não é verdade. Eu estou tentando me colocar no lugar de um parisiense, do espectador, efetivamente, para o espectador isto não quer dizer grande coisa. Eu sei alguma coisa porque trabalho muito com Regina (del Papa), com *Sambatuc*⁸⁴ e colegas brasileiros e que tentam nos explicar “isto é Bahia, isto é outra coisa” eles tentam explicar as diferenças de região, mas como espectadores nós não damos nenhuma importância a isto. A música brasileira é o Brasil no seu conjunto. Eu, que trabalho com isto, já recebi explicações sobre as especificidades de uma região e de outra.

LV: E a música de Pernambuco?

MA: Eu sei que tem uns artistas que tem como um carimbo nas costas em relação à região de onde eles vêm. Às vezes eles são mesmo um pouco regionalistas, eles reivindicam a região de onde vêm. Mas para um espectador, para um parisiense, sinceramente fica sempre na indefinição do Brasil no seu conjunto.

LV: Quais os artistas brasileiros que o senhor programou no Cabaret Sauvage nos último 5 anos?

MA: Muita gente já passou por aqui, um grupo de rap, muito moderno (não lembrou o nome). Nós temos as batucadas, é o que fazemos mais, temos mesmo um festival, um concurso de batucadas. Nós convidamos de 10 a 15 grupos de que se apresentam no *Cabaret* e tem um júri que, junto com o público, julga qual a batucada que tem mais personalidade, que responde mais, artisticamente falando, e, sobretudo, que tem mais originalidade. Porque tem muitas batucadas, mas, especiais, não têm muitas, então essas ganham um prêmio. Às vezes podem estar acompanhadas de outros instrumentos, mas o forte é a percussão. O que marcou também como programação de artista brasileiro foi que, no Ano do Brasil na França, fizemos um cabaré que se chamou *Copacabaret*⁸⁵, que pela primeira vez não foi de forma nenhuma uma

⁸⁴ Grupo de batucada franco-brasileiro.

⁸⁵ Evento que aconteceu no Cabaret Sauvage entre 23 de junho e 10 de julho de 2005, durante o Ano do Brasil França. Apresentou, entre outros, o grupo BossaCucaNova, Roberto Menescal e Mariana de Moraes. Teve como mestre de cerimônias Rémy Kolpa Kopoul

música dançante. As pessoas vieram ouvir, ver. Na verdade, tem outro Brasil, que não tem nada a ver com o Brasil da festa. Eu trabalho muito com uma artista, a Mônica Passos⁸⁶, ela mora em Paris. Eu produzi o show dela aqui por um mês.

LV: O senhor acha que tem um público francês disposto a ouvir um show de música brasileira sentado?

MA: É mais difícil você ter um público que ouça a música brasileira sentado, como o show da Mônica Passos, como *Copacabaret*. Mais difícil ter muito público. Se for para fazer a festa é mais fácil.

LV: Quais os critérios o senhor utiliza para programar um artista brasileiro?

MA: Eu me apoio, um pouco, na notoriedade dos artistas e me apoio muito no *chair de poule*⁸⁷ se eu ouço alguém que me agrada muito... Hoje, por exemplo, me deram um disco de uma cantora brasileira, eu escutei e me tocou, e eu vou programá-la aqui. (Me mostra o disco de Vanessa da Mata). Ninguém a conhece em Paris. Eu ouvi e “oh!” Ela compõe também e em junho será lançado um disco dela aqui (me mostra também um panfleto de um show de Marcelo D2).

LV: Como o senhor faz quando programa artistas que não são conhecidos do grande público?

MA: Eu tenho um assessor de imprensa, a gente faz um release, tentamos trazer as pessoas, tentamos parcerias como a Radio Latina⁸⁸, Radio Nova⁸⁹, com rádios que tem confiança na gente e compramos espaços publicitários.

LV: Como é a negociação de cachês com artistas brasileiros?

MA: A maior parte das vezes, quando nos programamos um show, nós compramos o show.

⁸⁶ Cantora, atriz e compositora paulista que vive desde 1980 na França, onde já lançou vários discos. Com um estilo próprio, mistura bossa nova, música popular brasileira e música de vanguarda.

⁸⁷ *Chair de poule*: expressão francesa para arrepio.

⁸⁸ Radio Nova é uma rádio FM musical, fundada e dirigida de 1981 a 2007 por [Jean-François Bizot](#). Ao longo de sua história, Radio Nova, rotulada de underground no começo, acompanhou a emergência de vários movimentos musicais: o hip-hop, a *musique du monde* (ou world music), as músicas eletrônicas, etc. Atualmente, ela reivindica sua programação como um “grand mix”.

⁸⁹ Radio Latina é uma FM parisiense com programação dedicada à música latina, que tem em sua programação um segmento dedicado à música brasileira, denominado *Swing do Brasil*.

Quase sempre nós compramos o espetáculo, eles têm um empresário ou um produtor, nós compramos o espetáculo. E também tem o caso onde dividimos a bilheteria, mas nunca com o artista, sempre com o produtor do artista. Eu nunca trabalho diretamente com o artista, porque os artistas, eles não tem estrutura para se organizar. Então sempre tem que passar por uma estrutura de produção.

LV: O senhor trabalha sempre com uma produção local ou trabalha também diretamente com o produtor do artista no Brasil?

MA: Já aconteceu, por exemplo, com *Copacabaret* de negociamos direto com o Brasil, nós compramos o espetáculo no Brasil, nós mandamos o dinheiro, eles mandaram os artistas, Mas, na maioria das vezes, trabalhamos com os agentes, os representantes que estão na Europa.

LV: O senhor tem recebido informações sobre a produção musical atual da Bahia?

MA: Não, estas informações não chegam. Se a música do Brasil fosse um pouco mais organizada ela teria muito mais sucesso na Europa, hoje. Eu vou aos festivais, aos espetáculos, não encontramos muito o Brasil e deveria ter muito mais. Cuba é mais presente que o Brasil e não é normal. E agora, a música cigana é muito mais presente. Porque ficou na moda, nós fizemos muito para que a música cigana fosse conhecida, porque fomos uma das primeiras salas a fazer os festivais ciganos. Nós temos uma produção com parisienses que fizeram um projeto que se chama “o verdadeiro falso casamento cigano”, que acontece duas vez por trimestre, no *Cabaret* e é sempre superlotado. Nós, no *Cabaret Sauvage*, fomos os primeiros a fazer um festival importante com a música cigana, com os grandes nomes.

LV: Qual a capacidade da sala?

MA: 1200 pessoas, com o Brasil é tranquilo.

LV: O que fazer para que as informações sobre a produção musical baiana cheguem até o senhor?

MA: Enviar discos, DVD, releases e enviar informações sobre os shows que eles estão fazendo, se eles estão tendo sucesso no Brasil, onde eles estão se apresentando, não pode hesitar em falar do artista, tem que dizer onde ele está se apresentando, se ele está tendo sucesso etc. Se ficar caro enviar os discos, informar em que site podemos escutar a música e, sobretudo, ter uma organização profissional para que possamos comprar os espetáculos.

Porque, às vezes os agentes que querem que a gente compre os artistas, mas eles depois não acompanham o processo, precisamos escrever para eles dez vezes para que enviem a ficha técnica, nunca estamos seguros se eles vão vir mesmo, nós deixamos de contratar artistas jamaicanos, por exemplo, porque uma vez sobre duas os artistas não aparecem. É muito importante o profissionalismo, a seriedade. Os latino-americanos que eu já comprei os shows, eles são magníficos, eles te dizem que o grupo é de 9, nós compramos o espetáculo, no dia que eles chegam eles são 5 e entre estes 5 só um é conhecido. Todos os outros, mesmo se eles são bons... Precisa ser sério, é importante.

LV: E quanto à questão de chegar atrasado para passagem de som?

MA: Esse negócio de chegar atrasado para a passagem do som é uma especialidade dos brasileiros.

LV: (Falo da minha experiência profissional com Gilberto Gil que chegou sempre na hora)

MA: O Gilberto Gil é um grande artista, ele é muito exigente, como artista e como político, mas antes de ser político ele é artista. Eu o vi no show da Bastilha⁹⁰ e ele era o mais exigente, artisticamente falando. Eu não falo só por sua imagem de ministro, mas eu vi que, antes de ser ministro, ele tem exigências artísticas imensas.

LV: Tinham muitos artistas baianos no show da Bastilha.

MA: Eu sei que tem boas produções musicais na Bahia, mas acho que falta talvez mandar mais informações, divulgar mais. Não tem muito produtor francês, responsável por turnês, com um catálogo de artistas brasileiros. É uma pena.

LV: Que sugestões o senhor daria para o desenvolvimento de uma estratégia de divulgação da produção musical baiana?

MA: Hoje, na França, para que as pessoas comprem espetáculos em turnê, é preciso participar de pelo menos de 5 grandes festivais, que são como vitrines. Se você se apresenta nestes festivais, as coisas andam mais. Na França tem Vielles Charrues, La Rochelle, festival de Bourges... Na França, se você faz sucesso em um destes grandes festivais... Depois todo mundo vai querer estes artistas. É como Avignon para o teatro, se a peça funciona lá vai dar

⁹⁰ Em 13 de Julho de 2005, dentro da programação do ano do Brasil na França, foi realizado um show na Praça da Bastilha chamado “Viva Brasil” com a participação de diversos artistas brasileiros como Gilberto Gil, Lenine, Seu Jorge, Jorge Ben Jor, Gal Costa, Daniela Mercury e o grupo Ilê Aiyê.

certo em todos os lugares.

LV: O senhor considera que as relações interpessoais são importantes, por exemplo, o trabalho do agente, de ir pessoalmente visitar os programadores?

MA: Sim, é preciso ter agentes daqui para ter a apoio. No *Cabaret* nós poderíamos montar uma empresa para que possamos distribuir os artistas cubanos, ou ciganos, ou brasileiros, se especializar nisto e depois que estivermos especializados as pessoas vão nos telefonar para comprar espetáculo para ter informações etc. E isto é muito importante ter estas ligações diretas com o país e depois trabalhar com 2, 3 conexões é suficiente.

Olivier Delsalle

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

OD: Esta é uma grande questão. Acho que não podemos falar a música brasileira, porque que estou convencido que são as músicas brasileiras. Com diferentes tipos de origem, de especificidade, seja em relação às raízes europeias, seja em relação às raízes africanas, que são as duas grandes instâncias, seja também pelas regiões do Brasil: do Nordeste, de São Paulo, do Rio, da Bahia. São músicas muito diferentes de acordo com a zona geográfica. Depois, o que eu acho que falta aqui, em relação à difusão da música brasileira, é uma atualização deste conhecimento. Porque nós conhecemos aqui apenas as grandes estrelas, os grandes nomes, bem distribuídos, que enchem os teatros, que já tem uma boa carreira internacional, mas nós não temos uma informação precisa sobre a nova cena, os novos talentos, os novos grupos, os grupos de música tradicional. Na França também, se falamos deste tipo de música, as vendas são muito reduzidas. Não são as mesmas salas, nem o mesmo tipo de público: se apresentarmos a música popular brasileira, ou se apresentarmos a música tradicional do nordeste, são coisas bem diferentes. Definir a música brasileira para mim é definir um patchwork, um *melting pot*, em certo sentido é definir o indefinível.

LV: Mas se falamos de gêneros musicais ou tipo de performance no palco tem alguma característica específica da música brasileira?

OD: Acho que uma especificidade é a relação com o público, não diria específico, mas mais marcante, na música brasileira, é a relação com o público. Tem também a importância da percussão que é muito presente, mas é muito complicada esta história.

LV: E quais gêneros musicais ou tipo de performance no palco que poderíamos dizer que não são característicos da música brasileira?

OD: Bom, eu não sei. Eu penso que tem uma energia que é muito brasileira. Depois, eu penso que a música brasileira pode estar presente em todos os gêneros musicais, no que podemos identificar como gênero musical, como *musique du monde*, como música tradicional, tem a música clássica que temos tendência a esquecer-la, por exemplo, tem uma escola clássica que é importante, tem os músicos clássicos brasileiros e que não são conhecidos. O que é conhecido do grande público é a MPB, a Bossa Nova que explodiu, que é universalmente conhecida pela qualidade, pela originalidade, pela especificidade musical, mas ela escondeu da cena internacional toda a riqueza musical do Brasil que ficou pouco conhecida. Brasil é igual a

carnaval e Bossa Nova e não tem mais nada. Acabou ocultando todas as tradições populares, ocultar toda a música do nordeste, que existe agora um grande interesse por essa música. Tudo isso ficou ocultado por este grande movimento musical que, economicamente foi muito viável, extremamente rentável, com a exportação de discos. Por isso que eu acho que Ano do Brasil na França no final fez um enorme bem por mostrar uma diversidade musical que não era naturalmente perceptível para o grande público.

LV: E qual foi a recepção do público francês a esta diversidade de gêneros?

OD: Foi muito boa. Eu penso que existe uma simpatia pela música brasileira que é imediata. A jornada no Castelo de Villarceaux, que foi o evento de inauguração do Festival, ao ar livre, que nós fizemos com o tema do Brasil em 2005, foi um dos eventos de inauguração que tiveram mais pessoas e o mais forte deste ano. Em todo caso, tem um capital fantástico, imediato. Eu penso que a música brasileira, realmente, tem uma grande especificidade que é a espontaneidade, a visão do público. Depois da espontaneidade, é uma música de festa, uma música de rua, uma música popular. Ela é talvez menos espontânea em relação à música clássica, por exemplo, mas isto é geral, não só com a música brasileira. A música clássica tem mais dificuldades em relação ao público.

LV: E quando falamos de música baiana, o senhor poderia definir ou diferenciar o que é a música baiana?

OD: Eu não tenho referência de nomes de grupos, etc. Mas, para mim, a Bahia é o berço da cultura afro-brasileira, posso ser muito esquemático. Para mim, Bahia é o Brasil africano, é o candomblé, são os orixás, é tudo isto, é toda esta cultura. É a música percussiva. Sim, para mim a Bahia é, sobretudo, a percussão. Este é meu sentimento, talvez seja um preconceito, ou uma predisposição, mas para mim são as raízes africanas do Brasil.

LV: A palavra *exotique* entra neste sentido?

OD: A palavra *exotique* ela tem um lado, às vezes pejorativo, falar de *exotique* às vezes é falar de folclórico, mas entendido de uma maneira pejorativa.

LV: E se falamos de alteridade?

OD: Se falamos de alteridade, sim, claro. Vamos estar mais longe da cultura europeia na Bahia do que no Rio, pelo menos, no imaginário, de qualquer forma. Numa construção imaginária em relação ao Brasil, quando se vai à Bahia, estamos longe das raízes europeias

estamos longe de uma similitude. Sim, tem as construções do barroco português, que podemos ver também em Recife e que encontramos em Ouro Preto, mas a Bahia tem uma conotação africana muito forte.

LV: Quais os artistas brasileiros que o Festival Île de France programou nos últimos 5 anos?

OD: Primeiro preciso explicar como funciona o festival. O festival é uma iniciativa do Conselho Regional de Île de France, ligada a uma coletividade territorial nos termos de governo local e cujo objetivo é promover o patrimônio da região, patrimônio histórico, então nós temos as igrejas, os castelos, mas também os lugares de memória, os antigos mercados. O objetivo é a animação promovida pelos shows/concertos e muito sobre a música clássica, essencialmente música clássica. Nós temos 35 concertos por ano em 25 lugares diferentes. Quer dizer que nós temos uma variedade em relação ao repertório e agora ampliamos para a música tradicional, ampliamos para o jazz, buscando um jogo de espelhos entre estes repertórios musicais. Tudo isso por causa da pluralidade dos lugares, a pluralidade dos repertórios, porque nós mudamos todos os anos, mudamos pelo menos a metade dos lugares e a solução que encontramos para segmentar o festival foi trabalhar por temática. Então nós trabalhamos por temática já há alguns anos e trabalhamos também em parceria com as *saisons* da Cultures France. Então, nós acompanhamos as *saisons* da Europa do Norte, da Europa do Leste e em todas estas *saisons*, é claro que não havia artistas brasileiros. Nós tivemos artistas brasileiros no caso do Ano do Brasil na França, mas nós nos separamos um pouco trabalhando sobre a lusofonia em geral, não apenas com Brasil. Então, tivemos a participação de Portugal, do Cabo Verde e do Brasil, fazendo música tradicional e música clássica com programa de Villa-Lobos e com compositores contemporâneos como Carlos Nobre e acolhendo projetos um pouco mais particulares como o projeto Samwaad⁹¹ com o SESC de São Paulo, com 60 crianças vindas de São Paulo. Depois desta edição, nós fizemos a Escandinávia, fizemos a rota da seda, que não tinha razão do Brasil estar presente, e ano passado trabalhamos com Martin Luther King. Não é apenas uma questão geográfica, é temática, então, se um artista brasileiro puder entrar dentro de um destes temas por alguma razão, sim, nós convidaremos este artista brasileiro.

LV: Quais os critérios que o senhor utiliza para programar um determinado artista brasileiro,

⁹¹ *Samwaad*, Rua do Encontro - Espetáculo de dança do coreógrafo Ivaldo Bertazzo que reúne 54 bailarinos não profissionais do projeto Dança Comunidade, na idade entre 11 e 18 anos, e 7 percussionistas. *Samwaad* incorpora elementos do balé moderno, de danças tradicionais indianas, do samba e da dança de rua.

desde que ele se enquadre no tema anual do festival?

OD: A qualidade de intérprete do artista, é preciso fazer uma distinção entre duas coisas, seja no nível do repertório clássico e aí vamos verificar a qualidade de interpretação, seja ele brasileiro, russo, francês. Mas, aqui no festival, nós escolhemos muito mais pelo programa que o intérprete apresenta e vamos ver se este programa tem a ver com a temática. Se for um músico clássico, vamos nos prender a sua interpretação, se for música tradicional, aí nós vamos selecionar o repertório tradicional em questão, saber de qual região ele vem, vamos ouvir as gravações ou vamos até onde a música é produzida. Às vezes não é possível, por questões econômicas, vamos cruzar também um número de informações, de pessoas que já ouviram a música ao vivo e vamos ouvir muito a música. Agora temos também os vídeos, porque está cada vez mais fácil. Mas a princípio se faz sobre o programa, o gênero musical que queremos apresentar e a partir disto vamos procurar o intérprete.

LV: Então, a música tradicional pode ser programada também?

OD: Sim, ela pode entrar também na temática.

LV: Quando o senhor diz que alguém que dá uma informação ou um conselho, quer dizer que as relações interpessoais, quando alguém que faz uma crítica positiva ou negativa sobre o trabalho de um determinado artista, isto é levado em consideração?

OD: Isto é inevitável, não podemos evitar, porque temos as relações, os conhecidos. O papel do programador é de não se apoiar unicamente nestas relações, mas antes de tudo, é sua capacidade de analisar, capacidade de audição. Os conselhos e sugestões das pessoas que temos relações profissionais são razões anexas que no final vão dizer “fiz uma boa escolha”, porque as opiniões favoráveis nos confortam. Mas não é isso que vai... Mas é claro que temos relações profissionais, temos os institutos culturais no exterior que têm um papel, tem os institutos culturais estrangeiros na França que tem um papel de conselheiros, porque claro nós não temos o conhecimento total da matéria o conhecimento total do terreno. Todas estas relações profissionais ou institucionais, através das embaixadas, com instituições culturais, das Alianças Francesas, vão fazer com que as informações cheguem até nós.

LV: O senhor tem recebido informações sobre a produção musical baiana atual?

OD: Honestamente, não. Mas, eu penso que tem duas coisas que intervêm, todas estas redes fazem com nós tenhamos certo número de informação, ao mesmo tempo, se nós já temos uma idéia da temática ou do trabalho, somos nós que vamos pesquisar. Então, funciona nos dois

modos. Mas eu penso que, se eu me der ao trabalho de ir pesquisar sobre o que está acontecendo na cena musical da Bahia, neste momento, eu terei estas informações com facilidade. Porque tem os salões profissionais, porque podemos achar na Internet, tem as conexões fáceis entre as agências artísticas. Se eu tiver interessado, eu tenho procurar, mas ninguém de Bahia tem me enviado informações.

LV: O senhor considera que existe um público fidelizado francês para a música brasileira?

OD: Sim, eu acho que tem duas coisas. Aqui no festival nós temos duas pessoas que trabalham apenas com a questão do público. Trabalham com a prospecção do público, desenvolvem algumas ações em relação ao público, fazem workshops, conferências, o trabalho junto às escolas, ações para trazer o público para os espetáculos. Em seguida, tem todo um trabalho sobre o público das comunidades estrangeiras na França. Se vamos programar a música brasileira, já sabemos que o público da comunidade brasileira vai se mobilizar. Fora da comunidade brasileira, acho que tem um verdadeiro público fã da *musique du monde*. Paris tem uma cena da *musique du monde* que é muito forte. Tem um verdadeiro público para isso, e, em relação a este público, a cena brasileira é importante. Em relação a *musique du monde*, historicamente tem a música do Magreb, a música do Oriente Médio, mas, se falamos da América Latina, Cuba e Brasil são os dois países que atraem mais. Bom, tem também a Argentina que cresce agora, que tem toda uma riqueza musical. Há um público das comunidades estrangeiras e, de outra parte, tem um bom público francês para a *musique du monde* e, para todo este público, o apelo do Brasil funciona. E tem quem quer ver shows de música brasileira e que enche as salas, salas de 200 a 400 lugares. Geralmente funciona muito bem.

LV: O senhor considera que este público procura uma música de festa?

OD: De festa. A maior parte quer festa. A associação que se faz, Brasil é igual à festa, é igual à música de rua, ela acontece de uma forma um pouco inconsciente, mas a idéia está lá. Mas se for outra coisa diferente disto, e tem coisas muito boas, é mais difícil. Tem que tentar mostrar outras coisas. Quando nós pensamos no evento de abertura do Festival, tinha o maracatu, caboclinhos, coisa assim que são de festa, de rua, que atraíam as pessoas, mas apresentamos também a música caipira, nós mostramos coisas que o público já conhecia para atrair e mostramos também outras coisas. A Renata Rosa, que começa a ser conhecida na França, que não faz este tipo de música de festa, enfim ela faz outro tipo de música, artística e criativa, que se reconhece e funciona aqui.

LV: O senhor considera que este público, que busca o lado festivo da música brasileira, pode ser diferenciado por distinção de classe social?

OD: Não é questão de classe social, e sim de faixa etária, são mais os jovens. Eu acho que as músicas de festa são mais uma questão de idade. Depois, a música culta... É mais uma questão de educação, de curiosidade intelectual, que questão de classe social. Mas esta relação que nós encontramos para a música brasileira, vamos encontrar também para a música francesa. O Festival como o nosso, por exemplo, pode se pensar que, como apresentamos música clássica, música barroca, é para certo público, mas não é associado à classe alta ou à classe baixa, mas tem mais a ver com a cultura e a educação do público. É uma classe social mais elevada, é um meio de profissionais liberais, médicos, doutores, etc, mas também da classe média como *instituteurs* ou professores. Então, é mais uma capacidade intelectual que uma capacidade sócio-econômica.

LV: O senhor tem conhecimento de outros países do mundo que tem estratégia agressiva de exportação de sua música?

OD: Tenho pouco conhecimento desta parte, principalmente quanto à questão discográfica. Mas se pensamos em concorrência com o Brasil, aqui na França, eu diria a África, o Magreb, que são músicas super-escutadas. Elas não são necessariamente produzidas na África, muitas vezes são artistas africanos produzidos e distribuídos na França, não é o fato do país, como o Senegal, por exemplo, ter uma política agressiva comercial em relação à produção de discos. Então, se for ver nas lojas de discos, tem toda uma seção só de música da África, do Magreb, é o que tem mais forte. Depois tem algumas correntes musicais que são emergentes, está bem consolidada a música da Europa do Leste, dos Bálcãs, a música cigana, tem o flamenco que também é muito forte aqui. Estes seriam o tipo de música que poderiam ser concorrentes.

LV: Mas o senhor identifica algum tipo de organização, de rede que tenha adotado uma estratégia para divulgar sua música?

OD: Não consigo identificar. O que eu sei é que, quando eu vejo numa loja de discos o que tem sobre a América Latina, eu só encontro brasileiros. Eu fico chateado. Depois as rádios especializadas em música latina, difundem a música brasileira e a salsa... Enfim as grandes engrenagens que acabam camuflando toda a riqueza musical da América Latina. Mas é claro

que se escutamos a música latino-americana, vamos ouvir muito a música brasileira.

LV: E no Brasil, o senhor falou do nordeste e das músicas de Pernambuco. Eu gostaria de saber se houve algum trabalho por parte da região de Pernambuco na difusão de sua música?

OD: Havia um interesse pessoal por esta música. Eu já viajei pelo Brasil, tinha um conhecimento da música brasileira e depois tínhamos os jornalistas que são especializados em música brasileira e nos ajudaram a identificar as coisas para poder fazer a programação de abertura do festival. Nós fizemos uma escolha de repertório especialmente sobre o nordeste e que funcionou, mas é verdade que é uma região que cresce. É alguma coisa que está na moda no momento.

LV: O senhor pensa que é resultado do trabalho individual de cada artista? Ou tem um trabalho de agentes, como Marc Régnier?

OD: Sim, Marc é alguém que faz muito para promover esta música. Ele trouxe Seu Luiz Paixão e tudo mais, Fuloresta. Ou Sandrine (Satellit Café) que trabalhou para nós, ela conhece bem ela já morou no Brasil, jornalistas como Rémy Kolpa Kopoul. Mas o estado de Pernambuco fez muitas promoções. Nós estávamos em contato com as pessoas das instituições culturais de Pernambuco.

LV: Para o Ano do Brasil da França teve um trabalho do Estado de Pernambuco para a promoção dos artistas do estado?

OD: Sim, o governo de Pernambuco fez as promoções junto ao comissariado geral do Ano do Brasil na França, e depois trouxe os artistas até aqui. Depois, claro que tinha São Paulo, tinha o Rio, mas, efetivamente, não sei o que fez o Estado da Bahia...

(No final ele faz uma observação dizendo que acha que Caetano Veloso não “é Bahia”.)

Regina del Papa

LV: Como você pode descrever a imagem que o público francês faz da música brasileira?

RG: Bom, tem dois tipos de público. O público francês, em geral, vê a música brasileira como a música festiva, a música de carnaval, o samba e a bossa nova. Então, é sinônimo de festa, festa e carnaval, em geral. Depois, tem o público um pouco mais conhecedor que vê a música brasileira, que espera da música brasileira a qualidade da bossa nova. Mas o público que vai ver um show de música brasileira espera sempre um momento de diversão, sempre um momento de descontração. Esperam alegria e diversão. O público conhecedor procura mais qualidade, ele vai querer se informar um pouco mais, depende de qual tipo de público você espera acolher.

LV: E quais os gêneros musicais esse público mais conhecedor busca? Você acha que eles buscam algum gênero musical específico brasileiro?

RG: Eu acho que não. Depende de como você vende isso, como os jornalistas vão descrever esse show. Pode ser a bossa nova, pode ser um rock mesmo, a música mais moderna. O Lenine é um exemplo de música que não tinha ainda um título, não existia esse estilo, tinha o *Mangue Beat*, mas poucas pessoas conheciam. Havia o ritmo, mas poucas pessoas conheciam. Então, quando o Lenine chegou foi um trabalho de base. Agora, colocar isso com qual estilo de música brasileira? Hoje a gente sabe o que é música pernambucana, é música moderna misturada com música tradicional.

LV: E você trabalha nesses dois níveis? Trabalha tanto com o público que vai atrás da festa e também trabalha sabendo que vai ter outro público com um pouco mais conhecimento?

RG: Posso te dar alguns exemplos de alguns grupos que a gente trabalhou e que não eram tão conhecidos. Isso eu te falo de quinze, dezessete anos atrás, quando música brasileira era menos conhecida aqui. Começamos trazendo Ná Ozzetti e Itamar Assumpção, música urbana, paulista, e trouxemos o Duo Fel também. Era música de qualidade, pouco conhecida, mas que a gente gostava muito. A vontade é mostrar para o público francês que isso também é música brasileira. O que acontece... e aí eu tenho que falar do samba e do samba reggae – fora a bossa nova, que é mais antiga –, mas para um público mais largo, mais amplo, o que ficou mais conhecido foi a música da Bahia, por causa do Carnaval, por causa dos franceses que vão muito à Bahia – o que eu vou deixar pra falar um pouco mais a frente. A ideia da gente foi fazer esse público conhecer uma nova música. Depois, trouxemos o Edson Cordeiro, mais

tarde, o Skank. Tudo isso é música brasileira, de diferentes estilos. Depois, mais tarde, o Jorge Ben, que fazia muitos anos que não vinha à França. Uns oito, dez anos. Isso que eu te falo, já tem mais de dez anos, foi em 1997, eu acho. Foi a volta do Jorge Ben na Europa, é aquela coisa que ele falou do público que não havia envelhecido nada, o público era de 17 a 70 anos, uma coisa que para gente foi uma surpresa interessante. Depois, a primeira vez que Daniela Mercury veio à França, a gente trouxe sem saber como seria a reação do público.

LV: E onde foi?

RG: Foi em *La Cigalle*. Então, tudo isso era uma surpresa. Fernanda Abreu também veio aqui, com essa coisa do samba-funk, a Timbalada, que pela primeira vez que veio à França, Tetê Espíndola, e aí vai, Chico César também foi logo numa das primeiras vezes. O que importava pra gente, eu e o Luiz, meu sócio até hoje, era trazer uma nova música. Então, a idéia foi fazer o público francês conhecer a música brasileira. A música brasileira é tudo isso. Acho que no final a gente teve uma aceitação.

LV: Como foi a receptividade?

RG: Eu acho que a gente teve o cuidado de trazer música de qualidade. Depois, teve uma época que eu trabalhei muito com música de Pernambuco, a música tradicional. A gente trouxe a Lia de Itamaracá, a ciranda, a gente fez o Maracatu Nação Pernambuco várias vezes. Outros grupos que misturavam, na época era Coração Tribal, trabalhamos com Campina Grande, com o Cabruêra, mais recentemente. São grupos que misturam a tradição com o moderno. A aceitação é muito grande, a gente tem sempre bons artigos, os jornalistas especializados em música do mundo nos acompanham desde então. Porque eu acho que se deve ter esse cuidado, de trazer música de qualidade, de diferentes estilos, que não seja, necessariamente, conhecida. Tivemos pela primeira vez, já há alguns anos, Os Barbatuques, que é a percussão corporal. Então, a idéia foi essa, foi abrir, foi mostrar a música brasileira. Porque aqui, realmente, há quinze anos atrás, não havia essa variedade.

LV: E quando a gente fala de música da Bahia, que imagem o público francês faz disso, do que a gente chama de música da Bahia. O público sabe diferenciar e de que forma?

RG: Ele sabe diferenciar? Vamos dividir só em dois tipos: mais conhecido e menos conhecido. Há quinze anos atrás, quando a gente fazia as primeiras Noites do Brasil, que eram apenas intervenções de artistas. A gente trouxe a Intrépida Trupe que é um grupo de teatro e circo do Rio e tinha um DJ. Então, o DJ tocava, tocava... A idéia era ampliar a música

brasileira, era 1980, época em que a lambada chegou aqui, então tudo era muito direcionado pra isso. O DJ tocava Tim Maia, Adoniran Barbosa e tinham franceses que chegavam e perguntavam “Quando você vai tocar música brasileira?”. Porque para eles música brasileira era música baiana, porque a referência é o carnaval da Bahia. Até hoje, tem um público que vem nas Noites Brasileiras e nos shows, e quando o DJ faz a intervenção ele pede a música baiana, porque, para esse público, a música brasileira é a música baiana. Até hoje, isso existe aqui. Tem o público típico francês que vai todo ano para o Brasil, para o carnaval da Bahia, e que espera a música baiana.

LV: Vamos falar de nomes, então, como música baiana?

RG: É a Daniela, a Ivete, o Chiclete com Banana. São todos os grupos... A Banda Eva, Cheiro de Amor, enfim...

LV: *Axé music?*

RG: *Axé music*. Eu acho que isso tem, até hoje, uma demanda. Hoje tem muito mais produtores aqui. Há quinze anos atrás, não tinha francês que vendia música brasileira, ou que comprava música brasileira. Hoje você tem todas essas pessoas que você já entrevistou, que trouxeram outra música. Então, existe esse público. E existe outro público que... Bom, música baiana é Carlinhos Brown. Carlinhos Brown é uma referência aqui na Europa. Carlinhos já fez muita turnê na Europa, o personagem já é... Ele é um incontornável da música baiana. Eu falo de Daniela e de Ivete Sangalo, porém, elas não vêm muito para cá. Ivete Sangalo, se não me engano, veio pela primeira vez no ano passado. A Daniela veio raríssimas vezes, está vindo agora em maio, num evento dos portugueses.

LV: E o Olodum?

RG: O Olodum marcou muito, claro, o Olodum veio bastante. O Olodum é uma referência. Ilê Aiyê veio em 2000, que foram os 500 anos do Brasil. Mas eles não vêm com muita frequência. Isso ainda fica a desejar. A música baiana é pouco representativa aqui, apesar de ter essa demanda do público, o público pede, porque ouve lá e chega aqui, depois e não encontra. Não existe essa continuidade, os grupos não vêm. Mas eu acho que, claro, Olodum, Ilê Aiyê, são, logicamente, referências. E depois, a partir daí, foram criados aqui os grupos de batucadas, e isto é completamente influência baiana. Há dez anos atrás não existia batucada nenhuma aqui, grupos de percussão. Aqui chama de batucada, o que lá se chama de grupo de percussão. A maioria deles é de samba-reggae.

LV: É bom você falar nisso, você acha que a influência é mais Bahia do que Rio?

RG: Sim, porque os grupos criados aqui de percussão... Tínhamos um grupo de percussão aqui chamado Aquarela, que é o grupo mais antigo, que é de música do Rio. Em seguida foi criado o Batalá, antes do Batalá teve o Tupi-Nagô, que foi “o grupo” durante os anos 90, foi “o grupo brasileiro” que se fixou em Paris, que se criou em Paris e era um grupo de samba reggae, muito bom, por sinal. Então, a partir de alguns componentes do Tupi-Nagô – na verdade, foi um componente, o Giba Gonçalves – que criou o Batalá, e que virou o *Olodum* aqui na Europa. Porque aí ele criou outras unidades do Batalá em várias cidades, tem na Inglaterra, tem na Alemanha, criaram outras unidades pela Europa. A partir daí, dissidentes do Batalá, criaram o Mulequetu, os dissidentes do Mulequetu criaram o Zalembê, que é um grupo de batucada 100% feminina, bastante interessante, mas tudo samba-reggae. Agora, nós fazemos esses concursos de batucada, que há seis anos atrás eram três ou quatro batucadas, hoje nós somos obrigados a fazer uma seleção, porque recebemos tantos releases para participar do concurso, que tentamos fazer hoje um pouco de cada estilo. Hoje tem vários grupos de maracatu, tem um bem estruturado, agora tem outro de franceses que se chama Pernambucambo, que mistura maracatu, muito interessante. A gente tenta fazer um pouco de samba-reggae, um pouco de samba do Rio e um pouco de maracatu para todos os estilos serem representados. E também tem grupos que misturam todo tipo de percussão, de influência africana, brasileira, francesa. E mesmo fora de Paris tem outras batucadas, a maioria eu acho que ainda é de samba-reggae.

LV: E os Tropicalistas, Caetano, Gil?

RG: Eles são os maiores representantes, são os mais respeitados. Mas aí já é outro nível. Eles vêm sempre, já tem os agentes e os *tourneurs*. O Gil vem todos os anos, o Caetano, acho que vem a cada dois anos. Eu acho que eles já são uma coisa estabelecida.

LV: Mas você acha que eles estão ligados a imagem da Bahia?

RG: Se eles estão ligados a imagem da Bahia? Difícil perguntar isso pra mim, porque pra mim, obviamente sim, não é? (risos). Para o público, eu acho que o Gil sim, para quem sabe, pra quem já conhece os tropicalistas, eu acho que também liga a isso, à música baiana. Sinceramente... Eu acho que sim, no fundo sim, você lê, você se informa, porque tudo passa pela imprensa. Eu acho que sim, eu acho que é considerado sim, é representativo da música baiana. O Gil é mais porque tem mais presença de palco e também quando ele canta a música

“Toda menina baiana...”, que é uma música que explodiu aqui, toca demais, até hoje. Então, já é ligado, não tem como.

LV: Quais os critérios que você usa quando você vai escolher o artista brasileiro com qual você vai trabalhar?

RG: A primeira coisa é que tem que bater forte pra mim, para eu vender alguma coisa para alguém, eu tenho que estar convencida do produto. Eu não consigo vender uma coisa que simplesmente tenha o valor comercial, isso eu não consigo. Tem que arrepiar. Depois, tem o período, a época. No verão, por exemplo, quando eu faço as Noites do Brasil, é uma coisa óbvia: eles vão lá porque eles querem dançar. Então, eu não posso fazer o show, mesmo de qualidade, com as pessoas sentadas. Então é assim, é o respeito pelo artista e pelo tipo de evento. Então, primeiro, uma coisa de qualidade e que seja do nosso gosto, um prazer, primeiro. Depois, uma coisa que seja coerente com o tipo de evento, por exemplo, quando eu vou vender um show para um evento, eu vou ver o tipo de evento, se é para um coquetel, se as pessoas vão estar sentadas, se é uma conferência, eu sei que é uma bossa nova. Então, tem o tipo de evento para um tipo de artista, para um tipo de sala. Agora, por exemplo, vamos pensar num artista como Marcos Sacramento que é um cantor de samba do Rio, que vinha em turnê, então, é assim, “Você quer?” “Eu quero!”. Por quê? Porque eu gosto, acho um bom cantor, está com um repertório interessante e eu acho que isso é interessante mostrar agora, aqui, para o público no *New Morning*, por exemplo, é um artista que eu acho que cabe no *New Morning*, ele está com um repertório dos anos 30 e 40, com compositores maravilhosos, que talvez não sejam conhecidos na França. Então, a oportunidade de juntar um bom cantor com um bom repertório em num bom período do samba.

LV: Mais ou menos o que estão fazendo na Lapa, lá no Rio de Janeiro, eu acho, não? Tem acompanhado?

RG: Tenho, tenho. É, exatamente, pode ser, é isso. O Sacramento é um bom representante, atualmente. Ele é um autêntico, um dos poucos cantores brasileiros fazendo esse tipo de trabalho, é um bom intérprete.

LV: E aí você produz no New Morning?

RG: No New Morning.

LV: Você já sabe que o New Morning é uma casa que atende esse tipo de show. Qual é a

capacidade?

RG: Quatrocentas, mais ou menos. A gente fez a última vez, trezentos e pouco. Foi bom, a sala estava repleta, foi uma boa operação.

LV: Eu acho ótimo esse exemplo que você deu, porque, realmente, eu sinto que é verdade, que vai subir lá no Brasil essa linha do samba dos anos 30, 40, de qualidade, bem feito.

RG: É claro. Assim como aconteceu com a música pernambucana, que ficou esquecida durante muitos anos. Quando Chico Science fez aquela mistura e que aquilo estourou, depois veio um monte de gente atrás, fazendo isso. E tem muita gente boa. Então, assim, naquela época a gente estava acompanhando um pouco esse movimento, eu também quis fazer, eu trouxe um pouco do tradicional e depois trazer o todo mundo quer. Depois o Marc Régnier começou a trazer os grupos. Então, assim “Por que não fazer?”, por exemplo, ano passado nós trouxemos a Banda Eddie, no verão, que é gostoso, as pessoas dançam, mistura.

LV: Esse exemplo que você deu, um sambista que está fazendo música dos anos 40, você já imagina, “vai passar no New Morning, vai dar mais ou menos trezentas pessoas”. Então, a gente podia dizer que você, mais ou menos, imagina o público para cada show.

RG: Eu acho que é, porque são dezesseis anos de produção! Então, eu já sei quando eu vou fazer cento e cinquenta pessoas, mas eu gosto do artista, eu coloco numa sala de duzentas pessoas, porque é um prazer também, é interessante, é a ousadia, a vontade de mostrar uma coisa nova. Hoje, por exemplo, eu sei que tem outros artistas... Por exemplo, o Ney Matogrosso, ele está vindo em turnê, eu sei que é um artista que pode chamar público, faz muitos anos que ele não vem. Mas é um artista de cachê muito alto, então é impossível, você como produtora... Também tem isso, tem uma história do cachê. Você não pode trazer artista... Por isso que os franceses, os *tourneurs* eles não produzem. Porque eles sabem que você não vai ganhar dinheiro. A gente, brasileiro, trabalha muito mais com amor, com coração. Então a gente ainda arrisca, eu já arrisquei demais. Trabalhando com *La Cigalle*, que é uma sala muito cara, os artistas vêm com um cachê muito menor, claro, que eles podem... Ainda mais na época que eles não eram muito conhecidos, como foi o caso da Fernanda Abreu, do Skank, da Daniela, do Jorge Ben Jor, imagina? Hoje é impossível produzir estes artistas aqui, o cachê deles é muito mais alto.

LV: Então você financia tudo? Você paga as passagens de avião?

RG: Na época a gente tinha um patrocínio, muita colaboração do Banco do Brasil, na época

do Itamar (Assunção) e de Ná Ozetti, alguns restaurantes que entram na parte de alimentação. Hoje, por exemplo, eu já nem tento mais isso. Fernanda Abreu eu tive a passagem pela Varig. Daniela queria vir, e ela se bancou com todo mundo e pagou a gente para fazer a produção. Ben Jor estava pra vir a muitos anos... O Ben Jor estava muito desaparecido naquela época. Ele veio para o MIDEM em Cannes. Como ele já vinha para Cannes, a gente pagou só a passagem de avião de Cannes para cá, mais hotel, essas coisas. Então, era uma época que a música brasileira estava meio largada, não era tão estabelecida como hoje. Hoje tem muita gente fazendo. Vanessa da Mata que é outro nome desconhecido, esse produtor que não tem o hábito de fazer música brasileira, ele vai fazer. Essa menina, que eu aprecio enormemente, ele vai fazer lá no *Cabaret (Sauvage)*. É uma ousadia, é um risco mesmo, eu não faria. Um artista como Ramiro (Musotto) foi uma ousadia, trazer o Ramiro, que é uma música instrumental, que sempre é uma música sempre mais difícil. Você tem que ter outro canal. Mas o Ramiro foi assim foi um *coup de coeur*⁹², quando eu ouvi o disco, eu achei de uma beleza... Ele é um criador, um artista. O que eu acho interessante é o que ele fez com a música baiana, assim, porque ele é um argentino mais baiano que eu conheço. Ele modernizou aquilo.

LV: Agora, ele está vindo sozinho?

RG: Para o lançamento do disco veio o grupo todo.

LV: E são quantas pessoas?

RG: São cinco.

LV: De Salvador?

RG: De Salvador. Tem um baiano que está morando na Espanha, o Batata, que veio. Veio o (...), e o Ramiro. Então, agora pra turnê a gente está fazendo uma nova fórmula. Porque, como ele tem outros músicos, já aqui na Europa, como a gente tem dois meses de turnê, não dá para manter todo mundo o tempo todo. O Ramiro fica aqui, ele está indo hoje fazer um casamento de um humorista muito famoso, convidadíssimo... Que é o caso do Ramiro, pronto. Aí você aposta, um cara interessante, que é bacana. E a imprensa adorou, tivemos artigos sensacionais.

LV: Onde?

RG: Em todas as revistas, no *Télérama*, *Le Monde*, *Libération*, *Mondomix*, estamos com um ótimo *clipping*. E a prova foi que no show mesmo vieram vários programadores. Então ele vai

⁹² Amor à primeira vista

fazer o Jazz à Vienne, ele ganhou *carte blanche*⁹³ e convidou o Omar Soza. Eles já estão fazendo um trabalho juntos. O Omar está na Bahia, passou carnaval lá e tudo e eles estão preparando um disco juntos. Então, esse vai ser um trabalho bem bonito, que a gente está querendo fazer um DVD inclusive. Vai ser bem bacana. E ele faz música baiana.

LV: Eu concordo, para mim é como o Caribé, o pintor Caribé. É um Caribé da música.

RG: Exatamente, super-bacana.

LV: No caso do Ramiro, esta passagem por ele aqui não é eventual, você imagina uma “construção de carreira” para ele aqui na Europa?

RG: É exatamente isso. Foi uma paixão, as pessoas gostaram. Agora, a gente já tem que estar pensando em outro disco. A gente já fez dois shows em Paris, entre fevereiro e março, e agora a gente tem que pensar em exportar isso. E o Ramiro faz muito workshop, também. E o que ele faz com o berimbau foi algo que nenhum brasileiro tinha feito, fora o Naná Vasconcelos. Mas o brasileiro acaba ficando limitado naquela... Faz tanto parte da gente, da cultura, que acaba ficando... Quando aquilo é uma coisa nova para outra pessoa, para outro artista, ele explora de outra forma. Isso eu acho que foi o caso do Ramiro.

LV: Você tem recebido informação do que tem se feito na Bahia atualmente, de produção musical? Têm chegado a você essas informações?

RG: Não. Tenho, de vez em quando, algum grupo... Não, da Bahia não chega não.

LV: E você recebeu informações da BM&A em relação à exportação da música brasileira?

RG: Jamais.

LV: Então, eu acho que eles estão trabalhando mais em cima da indústria fonográfica.

RG: O que, portanto, é difícil, porque está em total decadência. O que acontece também é que a venda de shows é muito proposta pelos produtores, os empresários mesmos, eles contatam, diretamente, produtores aqui. Eu sou contatada o tempo todo pelos empresários de artistas do Brasil. Não tem uma instituição no Brasil que represente a música, jamais.

LV: Nem em Pernambuco?

RG: Nem em Pernambuco. Nunca houve. É uma coisa assim, absurda. Na época que eu

⁹³ O artista pode escolher outro artista convidado.

estava com o *Divan du Monde*, eu tinha apoio imenso e um espaço maravilhoso, procurei a Secretaria de Cultura, Secretaria de Turismo para propor que eles mandassem artistas. Durante o verão, eu fazia a promoção do artista e do estado, do estado de Pernambuco, no caso. A gente tinha telão, tinha espaço para, sei lá, colocar agência de turismo, falar, porque o turismo do Brasil está muito aquém do que ele pode aqui na Europa. Aqui na Europa a história é a violência no Brasil, então, assim, o turismo é mínimo ainda. Eu acho que tem um potencial enorme e muito inexplorado. Então, na época eu tentei com várias instituições, tentei abrir isso, e a gente não conseguiu. Parece que eles não têm interesse. Ou então, tinham enquanto eu estava lá, pareciam muito interessados, mas as pessoas que ficavam lá, os interlocutores que eu deixava na época, depois que eu saía, não conseguia mais ter acesso a essas pessoas.

Depois, a própria embaixada, a Dona Risoleta tentou fazer uma coisa que era Bahia em Paris, me chamou, inclusive, para fazer a parte de produção, a parte de música. Tivemos algumas reuniões com a Bahiatursa, mas nunca aconteceu nada. Agora hoje acontece a Lavagem da Madeleine, o evento do Robertinho⁹⁴, que ele sim, consegue com a Bahiatursa, acho que consegue com as passagens com a Air Europa. É um evento baiano, ano passado teve a Margareth Menezes.

⁹⁴ Roberto Chaves

Remy Kolpa Kopoul

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

RKK: A música brasileira é uma música que tem muitas conexões com a música francesa. Não só em termos de pontes musicais, mas em termos de acontecimentos. Por exemplo, acontecimentos ou equívocos, às vezes também, por exemplo, no início do século, o sucesso absoluto das paradas – na época as paradas demoravam 5 anos – foi uma música chamada *La Machiche*, com um cantor francês chamado Mariolle. Essa música era considerada música tirada do folclore espanhol, mas, na verdade era um pedaço da Ópera Guarani do Carlos Gomes de 1860, foi um roubo dos espanhóis. Depois, o outro equívoco foi a história da lambada em 1989, quando, na verdade, a lambada não era música brasileira como se supunha, como era considerada, mas música boliviana. Essa música boliviana, não foi necessariamente roubada, mas foi pega pelos brasileiros, fizeram um pequeno sucesso, então foi adaptado do espanhol ao português por uma cantora do Brasil qualquer e depois foi pega por um grupo franco-brasileiro daqui e fez um sucesso planetário. Então tem estes equívocos. Tem um no início do século e outro no final do século. Aí, entre isto tudo, tem assim uma corrente de simpatia dos ouvidos franceses pelo Brasil, que acontece um pouco pela Bossa Nova, mas a Bossa Nova na verdade foi mais nos EUA do que na França, mas com aquele Samba da Benção que aqui virou *Samba Sarava* de Pierre Barouh sempre tem estas coisas que estabelecem o laço de novo.

LV: Sobre a vinda de Pixinguinha aqui, no início do século passado?

RKK: Pixinguinha foi uma história doida, mas na verdade Pixinguinha veio aqui, fez sucesso e ninguém lembrou do sucesso depois. Fez sucesso, mas sumiu. Se não fossem os brasileiros para lembrar isso bem depois, o francês não saberia. Eu mesmo fiquei sabendo através do Brasil. Mas não, eu encontrei matéria da imprensa francesa no Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro, mas nunca encontrei nada na França, na França não ficou nada. Foi o bailarino brasileiro, foi Duque, que o convidou, foi um acontecimento do momento, mais foi esquecido totalmente.

LV: O senhor acha que este exemplo de Pixinguinha está dentro de uma onda francesa que se chamou de *Négrophilie* na época?

RKK: Está dentro do que se chama de folclore e dentro do exotismo, mas ao mesmo tempo, foi engraçado, porque, se Pixinguinha tivesse ficado aqui mais tempo do ele ficou, os Batutas

vieram para ficar 2 semanas e ficaram 6 meses, foram transferidos para um lugar maior, aqui em Paris, depois foram convidados em Biarritz e depois, bom, estavam com saudade da terra e, quando ocorreria exposição universal que ia acontecer no mês de setembro de 22, aí pegaram o navio de volta. Se tivessem ficado, talvez o chorinho talvez, iria tomar o lugar do tango, que chegou pouco depois e que na época não tinha se estabelecido aqui ainda.

LV: E hoje? Para o público francês, esta perspectiva de exotismo, o senhor acha que ainda existe?

RKK: Sempre tem este lado. Sempre tem este lado, para um público amplo, sempre tem este lado. Mas, claro que o Brasil tem proposição mais rica culturalmente e mais rica também em termos propriamente musicais, que então isso tudo permite de sair do folclorismo do exotismo. Mas para certo público, também não é uma coisa que penda para o país inteiro. Engraçado que música brasileira aqui em termos de disco não vende. Nunca vendeu, na verdade.

LV: Mesmo com toda uma seção Brasil nas grandes lojas de disco francesas?

RKK: Nunca vendeu. Claro que vende, assim, global, mas nenhum artista brasileiro vende. Sabe quem são os artistas brasileiros que fizeram disco de ouro aqui? No meu conhecimento, Baden Powell que virou disco de ouro depois de 15 anos, que vendeu e nunca parou de vender “Le monde Musical de BP”, que foi produzido aqui na França. E o outro foi Rita Lee, com Lança Perfume. Fora isso, nem Gilberto Gil, nem João Gilberto, nem Caetano Veloso, nenhum deles vende discos, vende assim às vezes uma compilação no Ano do Brasil, com Gilberto Gil, mas não é o que se chama “vender discos”. Então, a música faz parte da paisagem, mas não é.. Tem uma coisa bem particular, a música brasileira, bem específica, que não tem um artista carro-chefe, é mais uma paisagem.

LV: Então por esta diversidade, talvez venda no conjunto?

RKK: Mas não vende tanto, também. É um pouco como o jazz, que tem muitas referências, muitos discos...

LV: Mas se estivermos falando de shows, por exemplo, tem um público fidelizado para a música brasileira?

RKK: Um público fidelizado? Bom, Caetano Veloso vai fazer shows em Paris, vai lotar duas vezes o *Teatro de Chatelet*, até duas vezes o *Teatro Olimpya*, mas não 5 vezes. João Gilberto

a mesma coisa, não é... E é engraçado, quando vem artista brasileiro aqui, todo mundo acha que a maioria do público são brasileiros, de jeito nenhum. Eles fazem mais barulho, conhecem as músicas todas, mas não são maioria, eu acho que a artista brasileira que eu já vi que era mais, que agremiou assim público brasileiro foi Marisa Monte, engraçado, é um caso muito particular.

LV: Se falamos de música baiana, o senhor acha que existe alguma especificidade na música produzida na Bahia.

RKK: Dependendo de quando. Tem duas coisas, dois elementos fortes na música baiana. Primeiro lugar, artistas particulares, assim muito únicos: João Gilberto, Caetano Veloso, Maria Bethânia, Gilberto Gil...

LV: Tom Zé?

RKK: Não, Tom Zé é underground, é outra coisa. Tom Zé talvez seja o mais underground de todos, mas Tom Zé não existe mesmo de jeito nenhum como artista baiano aqui na França. Não, é mais Daniela Mercury, Olodum, por aí. Outra coisa é a batida da bateria, é a especificidade da música baiana, aí são os dois pólos. E eu estou falando isto porque também porque tive a oportunidade de em 1989 e 1990 de criar e fazer dois projetos ligados à música baiana. Primeiro, em 89, foi uma turnê nos grandes festivais europeus. A única turnê da vida que o João Gilberto fez: 10 shows em 20 dias!! Ele nunca fez isto.

LV: O senhor acompanhou?

RKK: Acompanhei só não, eu inventei. Com Caetano Veloso, João Bosco e com percussão de Carlinhos Brown e Moreno Veloso, 10 shows em 20 dias. Aconteceu. Foi inferno e paraíso ao mesmo tempo, mas aconteceu e ele deu os 10 shows. Isso foi no ano do Bicentenário da Revolução Francesa um ano, vamos dizer assim, barulhento.

LV: Os shows foram apresentados em festivais só aqui na França ou na Europa?

RKK: Na Europa, em Montreux, Bruxelas, Madrid, San Sebastian, Paris, Vienne, Antibes, vários, os grandes festivais. Eram shows separados, às vezes encontro entre três. Isto foi uma coisa, a outra coisa foi no ano seguinte, a pedido de uma empresa de bebida, eu construí um trio elétrico aqui na França. Nós construímos o caminhão com o som dentro, com o grupo lá em cima. Mas foi um caminhão que teve a permissão para circular. Porque vindo de lá nunca poderia ser autorizado de circular pelas dimensões. Lá não tem regras, aqui sim. Aí

construímos isto, mandei fazer um desenho, uma pintura, veio um pintor do Pelourinho que fez um cenário de Salvador visto do mar e do outro lado o mar visto da cidade, bem naíf. Fizemos cidades do Atlântico e Mediterrâneo. O Atlântico foi com Margareth Meneses e o Mediterrâneo foi com Geronimo e Armandinho, como convidado especial. Foi interessante, circulando por toda a cidade. Fora o contexto de lá, foi interessante. Dependendo da cidade, teve cidade que foi meio complicado, porque não dava para circular, tinha que ser fixo. Nós fizemos a preparação em abril e, chegando em junho, a cidade não tem mais a mesma conformação, porque verão é outra coisa. Então, teve cidade que deu para circular dois três quilômetros, outros que a gente tinha que fazer fixo, mas foi muito legal.

LV: As pessoas entenderam o que era aquilo?

RKK: Também, eu fazia o mestre de cerimônias, gritando, também chamamos bailarinos de Salvador 6 bailarinos que desciam do caminhão bailavam com o povo e tudo. Aí foi muito legal, foi muito engraçado, acho que você tem que falar com Margareth, com Geronimo, com Armandinho, que eles vão falar coisas muito interessantes. Armandinho já disse que em termos de qualidade de som foi o melhor trio que ele já tocou. Como qualidade de som, não o som mais alto, mas a melhor qualidade de som. Porque aqui é impossível todo aquele som. E é interessante que o cara que fez a concepção do som, um francês que morava na França, ele agora foi morar em Recife. Ele conhecia bem a técnica, fez uma concepção diferente para um lado e para o outro porque depende da distancia de prédios de paredes e tudo. Bom, só que este projeto causou polêmica na imprensa do Brasil, na imprensa da Bahia dizendo que eu tinha roubado a idéia e tudo, é claro que convidando Armandinho, eu não poderia ter roubado, como que eu podia roubar? Mas foi muito interessante, ficamos com o caminhão e depois do verão não deu mais para vender isso, mesmo com grupo brasileiro, aqui porque este caminhão era tão fora do comum, que era muito difícil para as pessoas entenderem o que era, para comprar, para feiras e festivais. A gente teve tirar o som e vender o caminhão, porque foi legal no momento que aconteceu, mas não teve repercussão.

Eu não queria ficar neste laço de música brasileira aqui na Europa. Eu sempre achei que tinha coisa para fazer no sentido oposto, aí eu inventei um projeto no ano França-Brasil de 1986, que aconteceram com o governo francês e aí tiveram vários shows que vieram de lá para cá no *La Villette*, com vários artistas, mas eu também inventei um projeto chamado *França mestiça*. Trouxe para o Brasil grupos do caribe francês *Kassav* e grupos africanos, Manu Dibango e Salif Keita e foi, mais ou menos, a primeira vez que eles se apresentaram no Brasil,

e foi a primeira vez que a música moderna africana e caribenha foi até Salvador. Fizemos ao ar livre na Pituba, num espaço, que não era o centro de convenções, na época em 86, era um espaço para as festas antes do carnaval. Fizemos um show, do grupo do caribe francês, o *Kassav*, e o grupo que patrocinou a vinda do *Kassav* e que abriu o show foram os Paralamas do Sucesso, eles abriram. Eles, muito mais famosos do que o *Kassav*, abriram porque eram muito fãs do grupo. Foi um mês antes do carnaval e foi muito forte, porque o público, os blocos afro, eles não conheciam esta música, mas era muito familiar, tinha muito sotaque da lambada, mas não da lambada turística, porque era 3 anos antes da lambada vir aqui. E depois teve Salif Keita, que se apresentou no Centro de Convenções. E depois Manu Dibango, que veio e aí foi o mais comovente de todos, porque se apresentou num show de graça, pago pela Prefeitura de Salvador, na Liberdade. Foi a primeira vez que um show africano de grande alcance aconteceu no bairro histórico da Liberdade. Tem gente que até agora chora falando nisso, você pode conversar, quem abriu foi o bloco *Muzenza*, depois o Gil veio cantar meia hora e depois Manu Dibango. Foi engraçada a história, aconteceram duas coisas engraçadas nesta noite, primeiro que era um pouco antes do Natal, era um domingo, estava tudo previsto, o palco montado, mas a luz não tinha sido ligada. Aí o produtor brasileiro da turnê, Daniel Rodrigues, que morava na Bahia, foi rodar pela cidade, encontrou um cara instalando a iluminação de Natal da prefeitura e o raptou para ligar o som e a luz. A segunda é que, bom, procuramos um lugar para servir de camarim para o grupo do Manu Dibango, mas, camarim, na Liberdade é difícil. Aí, eu fui conversar com uns caras do PCdoB que emprestaram o local em troca de entrevista com a camerazinha deles do Manu Dibango, e aí foi assim que o local do PCdoB na Liberdade virou o camarim do Manu Dibango. Ainda mais uma coisa no outro sentido que eu fiz: eu conheci Carlinhos Brown na excursão do Caetano Veloso aqui em 86-87 e fui solicitado para armar uma produção para fazer a música de um comercial que foi feito no Brasil pelos franceses. O Carlinhos Brown estava em Paris neste dia e ia ficar alguns dias mais de férias, aí eu o chamei e o apresentei à produção do comercial, o famoso comercial da Schwepps. O Brown chegou ir até a mesa de edição do comercial, mostrando o som com o violão e tudo, estava tudo pronto, mas o diretor falou “eu queria aquela musiquinha que as meninas dançavam na praia, quando a gente gravou” e foi assim que Chico Buarque ficou milionário (risos) e que não deu para Carlinhos Brown.

LV: Quando o senhor conheceu o Carlinhos Brown, o senhor sentiu o potencial artístico que ele tinha?

RKK: Olha, o Carlinhos Brown, foi a única vez que eu fechei um contrato de disco com um

artista foi com ele. Foi um contrato para o mundo inteiro com Universal, quatro anos antes do contrato que ele fechou com a Virgin e EMI. EMI no Brasil, a Virgin aqui. Na época, Caetano já tinha gravado “Meia Lua Inteira”. Aí, ele chegou a gravar duas músicas aqui, mas estava muito complicado, ele não estava bem no astral, ele tinha na cabeça um disco por semana, muito complicado, não era brincadeira. Aí, começamos a gravar ele também queria tanta coisa e tinha assinado um contrato, que poderia ter sido um barato durante anos e anos, mas também bom... Aí eu deixei para lá. Eu era o produtor executivo, era a primeira vez que eu fazia a produção. Depois, foi engraçado, que 3 anos depois o primeiro contrato que ele fechou foi com gravadora francesa, mas sem mim.

LV: O senhor acha que ele faz música baiana?

RKK: Nem o que é música baiana, o que é música baiana? Dorival Caymmi é música baiana, Vinícius de Moraes é música baiana, Caetano Veloso é música baiana, Margareth Meneses é música baiana, Olodum é música baiana, tem tanta coisa. Aí, bom, é uma riqueza, mas é uma riqueza assim, com multicabeças.

LV: Mas o senhor acha que existe um diferenciação entre música brasileira e música baiana?

RKK: Não sei e nem quero saber... O que existe é uma identificação muito grande dos baianos com sua própria cultura, existe orgulho de ser baiano. Assim como existe o orgulho de ser pernambucano.

LV: Por falar nisso, o senhor não acha que os pernambucanos estão trabalhando melhor do que os baianos na difusão da música deles?

RKK: Com certeza, eu acho que hoje em dia está acontecendo mais. Para mim, é muito mais rico Pernambuco do que a Bahia.

LV: Está sendo mais divulgada a riqueza de Pernambuco do que a riqueza da Bahia.

RKK: É verdade que tem artistas únicos na Bahia, que eu já disse agora: Dorival Caymmi, João Gilberto, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Tom Zé, Bethânia, Gal, Margareth, Daniela Mercury, Carlinhos Brown, os blocos afros, sim, tem uma especificidade muito forte e tem figuras fortíssimas. Mas, em termos de música baiana hoje em dia, por exemplo, eu acho que tem, se não tivesse estes artistas que ficam sempre na frente... Bom, Carlinhos Brown e Daniela já são quarentões. Margareth Meneses já tem quase... E depois, o que tem? Eu diria que não chegou nada de novo.

LV: O senhor acha que por a *axé music* ter sido tão forte e na Bahia se fala até na monocultura do Axé. O senhor acha que isto pode ter influenciado?

RKK: Acho que Axé é uma palavra muito para fazer business, as raízes são fortes, mas, um ano tem ioioiô no outro ieieiê... Bom, isto cansa. E não se renova. Eu acho que esta faltando. Tudo o que eu acho que tem de novo no Brasil, não tem coisa de Salvador.

LV: Porque a música de Pernambuco agora, por exemplo, no Ano do Brasil na França, quando analisamos a programação tinham muito mais artistas emergentes de Pernambuco do que artistas emergentes da Bahia. Encontramos os grandes nomes da música baiana, mas quase nenhum músico emergente baiano. Quem fez este trabalho com Pernambuco?

RKK: Bastam as pessoas chegarem representando os artistas, agentes, produtores de shows aqui, que são um pouco mais informados e foi isto que eles fizeram. Para mim, um dos momentos mais comoventes, no Ano do Brasil na França, foi este show que eles fizeram na Bastilha. Na verdade, foi um pouco bagunçado, na Praça da Bastilha com os artistas brasileiros, foi bagunçado porque teve menos gente envolvida que outros. Mas o momento mais comovente para mim foi quando o Ilê Ayiê subiu no palco e tocou com a Daniela Mercury e, para mim, assistindo Ilê Ayiê na Praça da Bastilha, na frente da coluna que é um símbolo e o Ilê que é um símbolo da cultura negra baiana na Praça da Bastilha, que é um símbolo da Revolução Francesa. O símbolo foi muito forte. Talvez eu tenha sido o único a reparar isto. Fora o fato de isto ter feito sucesso e tudo e Daniela Mercury que era o centro absoluto no palco, ela tem uma garra, muito legal. Bom, fora isso, voltando a Pernambuco eu estou armando um *weekend* pernambucano na maior casa de cultura no subúrbio de Paris, em Bobigny, com Silvério Pessoa, com o grupo de forró daqui chamado Orquestra do Fubá, que fez muito para o forró existir aqui, com o DJ Dolores e com a coisa que vai acontecer pela primeira vez em Paris: a Orquestra Spok de Frevo... Eu batalhei muito para isto acontecer. A capacidade da casa é de 1000 pessoas.

LV: Está na hora de fazer estas coisas com a Bahia de novo.

RKK: Eu acho o seguinte: lá no Brasil muita gente me conhece. Se tiver gente interessada com o meu envolvimento na divulgação desta cultura para cá, é só me chamar que posso ensinar... Tudo o que eu fiz, eu fiz porque foram projetos que eu inventei. Aí solicitei apoio, às vezes conseguia um pouco de apoio, nem tanto. Apoio de instituições brasileiras, do governo, da prefeitura, não só da Bahia, mas em geral. Também eu não estou reclamando. O

que eu quis fazer, eu fiz. A última vez que eu fui a Bahia foi em 92, há muitos séculos atrás, faz muito tempo mesmo. Eu fui muito menos para o Brasil, eu ia 4 vezes por ano, fiquei 11 anos sem ir ao Brasil, agora recentemente voltei nestes últimos 3 anos, mas fui só no Rio, para temporadas mais curtas.

LV: Do que tem sido feito de novo em termos de música brasileira o que o senhor acha potencialmente interessante para ser conhecido do público francês?

RKK: Tem coisa nova, que me interessa bastante. Bom, sempre terão artistas com fortes personalidades, com características fortes. Bom, Caetano sempre que eu escrevo sobre ele no final eu coloco “*S’il ne reste q’un...*”, só isso. Faz vinte anos que acabo sempre as matérias de Caetano com esta frase. É um país jovem que tem artistas velhos, claro que tem artistas jovens também, mas eu acho que no Brasil, vamos dizer que, na Inglaterra sobrou os Rolling Stones de quarenta anos para cá. No Brasil, são vários Rolling Stones, são vários: Caetano Veloso, Chico Buarque. O que me interessa bastante é a música eletrônica no Brasil tem muita coisa, muitos talentos, eu lancei uma coletânea dois anos atrás chamada Brasil do Futuro, com 10 artistas brasileiros, eu acho que isto que é o futuro no Brasil. É uma mistura do futuro como o eterno, eu acho que é isto.

LV: Isto tem vindo mais do Rio e São Paulo, não é?

RKK: De Recife também, e do sul também, bom Salvador está dormindo um pouco.

LV: (Falo da Eletrocooperativa)

RKK: Tem outra coisa, eu não recebo muita coisa do Brasil. Agora que você já tem o meu endereço pode solicitar às pessoas que você encontrar. Tem uma moça que é muito boa que é a Mariela Santiago, morava na França.

Ronan Corlay

LV: Como o senhor descreveria o que se chama música popular brasileira?

RC: Nas grandes categorias, tem aquilo que chamamos de música de carnaval, em primeiro lugar. Pode ser que seja um clichê, mas o que chega mais rápido no espírito das pessoas que não conhecem bem a música brasileira é a música de carnaval, a música festiva. Então, o que podemos conhecer ou reter são as imagens de carnaval, são estes grandes grupos de carnaval que têm estas grandes batucadas, então é a primeira percepção que é forte. A segunda percepção é da bossa nova e do samba, que são as duas grandes correntes musicais conhecidas através do mundo, e que o público de diferentes países certamente identifica em primeiro lugar.

LV: Existem gêneros musicais específicos brasileiros?

RC: Depende do nível de conhecimento. Se devemos citar gêneros, são estes que eu já citei, música de carnaval e Bossa Nova e o que está entre os dois, ou o que é bem diferente, como a música tradicional, o forró e coisas como estas, destes dois gêneros é muito menos conhecido.

LV: E quais os gêneros que não pertencem à música brasileira?

RC: Não acho que tem limite na música brasileira, tem pessoas que já vieram aqui e nos mostraram *hard rock*, ou metal. Assim como tem música eletrônica ou o *hip hop*, que vai muito bem no Brasil. Eu acho que todas as músicas são possíveis no Brasil, que é muito identificado como um país de música.

LV: O grande público francês também considera assim?

RC: O grande público francês lembra das coisas mais conhecidas, tradicionais, as coisas que foram divulgadas pelos artistas franceses que regravaram músicas brasileiras como Georges Moustaki ou Henri Salvador. Os que regravaram e divulgaram um estilo musical, ou mesmo Serge Gainsbourg que, em um dado momento, se inspirou na música ou no ritmo brasileiro. Foi o que permitiu se conhecer, este grande gênero. Mas todas as músicas podem ser brasileiras em termo de miscibilidade, de fusão de música. Então, a gente não se surpreende ao ver todos os tipos de estilos possíveis e imagináveis, e eu não acho que o público francês fique apenas nestas coisas já conhecidas, ele também quer ver coisas novas que estão se desenvolvendo.

LV: E qual é a imagem que o senhor tem da música da Bahia?

RC: Os grandes artistas baianos, sobretudo. Eu que trabalhei com a produção deles aqui na França e acho que, sobretudo, eles têm uma verdadeira tradição de show. Quando falamos de Carlinhos Brown e Daniela Mercury são *bêtes de scène* [feras de palco], sei que os artistas brasileiros, em geral, têm uma relação muito específica com a cena, mas se me lembrar de um momento do show na Bastilha em 2005, o momento em que as pessoas mais se empolgaram foi com Daniela Mercury, que não era a mais conhecida. Carlinhos Brown é a mesma coisa. Quando o vemos em seu trio elétrico, é uma verdadeira performance de ritmo, de dança, de jogo com o público, que é muito interessante. Bom, estamos falando destes dois artistas, não estou falando de toda a música baiana, mas na oportunidade que tive de encontrar estes grandes artistas no palco... É realmente qualquer coisa. Eles conseguem botar o show para frente, coisa que outros artistas brasileiros não conseguem, tem artistas brasileiros que estão mais sobre o canto e sobre a música. Principalmente se estamos falando de trio elétrico, de desfile de carnaval, de uma performance de 5 ou 6 horas sem pausa, vamos encontrar as multidões... É muito apaixonante como eles podem fazer isto.

LV: Se sua empresa conseguisse produzir um trio elétrico aqui, daria certo?

RC: Eu tenho certeza, nós tentamos fazer isto depois do espetáculo de Daniela em Cannes. Eu estou convencido que a música francesa e os artistas franceses deveriam trabalhar mais esta noção de carnaval e de deambulação, de fazer um show nas ruas da cidade, indo ao encontro do público os convidando para a festa. Eu tenho certeza que tem coisa que pode ser feita. O que precisa é ver o meio de trazer o caminhão do Brasil e isto é muito complicado.

LV: Quais os critérios que o senhor utilizou para escolher, por exemplo, os artistas brasileiros que tocaram durante a Maratona de Paris em 2005?

RC: O critério foi de buscar uma diversidade de músicas brasileiras para, justamente, não mostrar sempre a mesma coisa que todo mundo já conhece um pouco. Muita gente já está habituada com Bossa Nova ou o samba, e nós quisemos propor grupos que pudessem mostrar outros ritmos brasileiros, músicas tradicionais, o afoxé, o forró. Sair dos clichês. Isto era uma coisa que nos preocupava porque tem muita música no trajeto da Maratona e nós tentamos fazer com que a música brasileira fosse colocada em lugar de honra, e então os artistas só tocaram em palcos posicionados em lugares-chave da maratona com muita gente. Foi um momento de festa de confraternização e espero que a gente tenha dado coragem aos maratonistas.

LV: No caso do show da Bastilha como foi o trabalho de pré-produção, negociação de cachês, necessidades técnicas, número de pessoas viajando?

RC: Bom, com este assunto nós temos que ter muita atenção. No caso do show da Bastilha, tivemos muitas surpresas, porque estava previsto ter uma banda base que era a banda de Gilberto Gil e que todo mundo ia se apresentar com esta banda. E, de fato, foi muito difícil de realizar, porque cada artista queria trazer uma parte de seus músicos. Aí, para saber se estes músicos viriam mesmo, isso foi decidido no último momento e, no final, 25 deles não tinham passaporte. Então, a gente teve que pedir a interveniência do Ministério do Interior da França para deixá-los entrar no país. Eles não tinham nada e isto tudo aconteceu nas últimas 24 horas. Ou seja, teve uma falta de comunicação, são grandes artistas profissionais, grandes músicos e, uma vez que eles estão no palco, não tem nenhum contratempo. Mas o trabalho que tem que ser feito antes é muito complicado. Tem um déficit de trabalho de produção. Era a ocasião de se fazer uma linda festa em Paris, haveria 90 000 pessoas, vimos chegar brasileiros de todos os lugares da Europa, eu falei com brasileiros que tinham vindo da Rússia, da Inglaterra e penso que até no Brasil. Este tipo de evento não é tão freqüente. Foi a ocasião para a comunidade brasileira na Europa fazer a festa. Mas tivemos tantos problemas antes na Europa e no Brasil... Porque tinha muito trabalho, a relação com a imprensa etc. Nós começamos a produção um ano antes. Nós encontramos pela primeira vez a Divina Comédia no mês de agosto de 2004, nós não nos conhecíamos e eu pensei “isto não vai acontecer nunca”. E depois acabou acontecendo.

LV: Mas o que aconteceu para ter este problema com passaporte de artistas assim em cima da hora?

RC: A Divina Comédia também teve problemas para gerir as demandas dos artistas e à medida que o tempo passou todos pediram um pouco mais e, finalmente, tem não sei.. Cada vez vinham mais e mais.

LV: E definição de numero de pessoas viajando, passagem de avião?

RC: As passagens de avião foram resolvidas no Brasil, com uma parceria com a Varig, foi “fácil”, mas sempre com um monte de exigências. Depois tem as questões de hotel, limusine, etc e que nós ficamos responsáveis por esta parte, também não foi fácil. Mas eu considero exigências legítimas, eu diria que eles são pessoas fáceis de lidar. Nós não tivemos lidar com artistas com exigências mal colocadas. Eles foram convidados por Gilberto Gil e pelo prefeito

de Paris, e esta parceria fez com que não acontecesse nenhum desconforto, neste campo tudo correu bem. Mas acho que houve uma falta de coordenação que criou dificuldade, principalmente em relação à chegada dos artistas. Nós tivemos que procurar alguns metros cúbicos de bagagem que não tinham sido declarados na alfândega. Os músicos têm que declarar seus instrumentos na alfândega para poder entrar no país, foram coisas assim, mas nada de excepcional.

LV: Cada artista veio com seu produtor?

RC: Sim, com seu empresário. E aqui na França tinha seu agente, a casa de disco na França e alguns amigos, conhecidos que encontraram com eles. Eles todos entenderam que deveria ser uma grande festa, que foi uma ocasião única para por fazer colocar para frente a música brasileira, que a cidade de Paris – porque Paris era o primeiro parceiro – estava extremamente contente de receber estes artista de poder oferecer aos brasileiros que vivem na França mas também a todos os franceses, porque tinha muitos franceses que tem relações com o Brasil. E eles fizeram 4 horas de show e deixaram muitas lembranças, quando a gente fala ainda hoje, no espírito das pessoas que falam de música brasileira. Deste lado foi um sucesso.

LV: E sobre a questão do cachê?

RC: A negociação depende da maneira que se propõe, seja uma data única, sejam mais datas. Porque, se nós funcionamos em data única, é difícil trazer um artista, é caro. Por outro, lado se ele tem outras datas previstas, mesmo na Europa, afinal, aqui tudo é perto. Fazer shows em Londres, em Paris e outro dia em Bruxelas, é fácil. Então, neste caso, se conseguimos a inserir um cachê dentro de uma turnê, fica muito mais fácil. Depois, em termos de negociação, não é diferente do que se passa com outros artistas, não é mais simples, nem mais complicado. Mas, dentro do interesse do artista, é bom tentar que ele fique o maior tempo possível porque ele acaba se apresentando da forma que ele achar melhor.

LV: Ajuda ter uma estrutura de produção local, ou não importa?

RC: É muito útil, porque cada um é *expert* no seu território. Os franceses conhecem as pessoas que amam a música brasileira, conhecem os lugares, os festivais, conhecem as instituições que podem apoiar um artista em uma turnê. Precisa dividir isto com as agências locais, porque, mais uma vez, pode-se ganhar muito tempo, muito contato. Fazer isto do Brasil é duro.

LV: O senhor recebe as informações sobre os que se está produzindo musicalmente hoje na Bahia? Estas informações chegam até o senhor?

RC: Muito pouco. O que é uma pena, porque hoje temos os meios, que não custam nada, para fazer ouvir a música, para descobrir os artistas. A não ser que eu tenha que ir procurar, o que eu faço normalmente, com regularidade. Ou vou ver produções aqui ou ver diferentes sites na internet que possa me informar sobre a atualidade da música no Brasil. Se não, eu sou muito pouco solicitado, recebo poucas proposições. Depois que fizemos este grande evento brasileiro onde nós conseguimos produzir... Sou eu que tenho que procurar as informações. Também porque eu sei precisamente o que quero propor e vou procurar as informações que me interessam, eu vou procurar com pessoas especializadas em músicas brasileiras na França.

LV: Quais outros países, em concorrência com o Brasil em termos de *musique du monde*, têm uma estratégia agressiva de exportação de sua música?

RC: Acho que depende pouco do país. Depende das pessoas, como os produtores, os *tourneurs*, os empresários, depende da capacidade deles de lançar estes artistas ou não. Na França, o que nós temos tradicionalmente uma relação muito forte com a África, a África subsaariana. Então, tem os selos africanos que trabalham regularmente para os franceses, porque é um país que faz a produção musical de muitos artistas africanos. Assim, as informações chegam sempre e às pessoas certas, porque tem pessoas da África que viveram algum tempo na França, conhecem muito bem a França, tem amigos na França, tem a comunidade africana que pode dividir com eles. É mais difícil para a comunidade brasileira, eu acho que é mais simples em Portugal, ter esta relação. Isto ajuda muito no acesso a informação, nós fizemos um grande show com artistas africanos no ano passado e, de certa forma, o trabalho de programação foi simplificado, porque o acesso a diferentes artistas foi mais simples.

Stephane Delangenhagen

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

SD: Para mim a música brasileira... É tão enorme que não podemos falar da música brasileira. Para mim são as músicas brasileiras, as músicas do norte, do sul, as músicas ligadas ao samba, o rock brasileiro. Eu seria incapaz de falar de uma música brasileira, é um conjunto de músicas diferentes que são feitas no Brasil, cantadas em português e às vezes até em inglês, mas poucas vezes e que são conhecidas como música brasileira no mundo.

LV: E como gêneros musicais, quais podem ser identificados como gêneros musicais brasileiros?

SD: Evidentemente na Europa podemos falar da bossa nova e o mais conhecido que é o samba. Depois, se vamos aos detalhes, quem é mais interessado pela música brasileira, que é um *connaisseur*, pode falar da *axé music* ou do rock paulista da música do sul, do frevo, do maracatu do coco, ritmos do nordeste tem tantos ritmos que fica difícil de resumir todo mas se alguém que quiser realmente se interessar pela música brasileira tem que sair da bossa nova e do samba.

LV: O que não pode ser considerado como gênero musical brasileiro?

SD: A música brasileira tem a facilidade de integrar as músicas do mundo, o rock, o rap, a música indiana, a música tradicional de não importa aonde. Fica difícil de dizer que um ritmo não pode ser brasileiro. Foi enormemente influenciada pela música européia. Existe uma enorme influência da musical ocidental, o rock, a música eletrônica, que não é típica música brasileira, mas existe como música brasileira

LV: E o público ele francês, qual seria a reação, por exemplo, em ouvir um show de rock brasileiro?

SD: O público francês, já tem muitos anos que começa a ouvir outras coisas além da bossa nova e do samba. Eles começam a escutar, sobretudo, o rap, o rap-samba, neste momento, são lançados discos de baile *funk*, de grupos de rock independente de São Paulo e de gêneros que não são identificados como música brasileira.

LV: E quanto à música da Bahia, o senhor poderia descrever o que chamamos de música baiana?

SD: Para mim, o que me vem ao espírito, sabemos que grandes artistas vêm da Bahia: Gilberto Gil e João Gilberto. Mas hoje, quando penso na música baiana, o que me vem a cabeça é a música afro-brasileira como Araketu, Olodum, Timbalada, Carlinhos Brown, a música Axé e os grupos que fazem sucesso no carnaval como música baiana, mas eu sei que existe uma música outra música mais refinada, que é o samba da Bahia, que é muito mais discreta mas que tem muita qualidade.

LV: E a mesma pergunta sobre os gêneros. O que não pode ser considerado como gênero musical baiano? Rock, por exemplo.

SD: Sim, eu sei que tem grupos de rock, mas, na, verdade sabemos que não é música baiana. É verdade que é uma música mais festiva. Mas eu tenho certeza que existem grupos de rock, que tem música eletrônica.

LV: E o senhor considera que tem um mercado para este tipo de produção feito na Bahia, rock, música eletrônica?

SD: O mercado já muito difícil e para a música baiana... Carlinhos Brown e Daniela Mercury e depois agora Ivete Sangalo, para certa comunidade. Ivete Sangalo veio para se apresentar a Paris, *Elysée Montmartre*, que tem uma capacidade para 1200 lugares e não tinha saído nenhum disco dela aqui na França. A gravadora da Ivete, a Universal, ficou totalmente surpresa porque foi um sucesso tão grande, foi uma surpresa para os organizadores do show, que viram que no meio do dia todas as entradas já tinham sido vendidas, sem nenhuma publicidade, sem nenhum disco. O que acontece é que *les'enfants* (sic) da comunidade portuguesa na França e elas têm interesse na música do Brasil, maior que os franceses, porque ela faz sucesso em Portugal. A sala estava superlotada, completamente lotada, as pessoas sabiam as música de cor, como no Brasil e logo depois a Universal lançou o disco *The best of Ivete Sangalo* aqui na França.

LV: Quais são os critérios que o senhor usa para escolher artistas para representar na distribuição de discos?

SD: Já há alguns anos, é mais um gosto pessoal, eu trabalho mais sobre a qualidade do artista, sobre a musicalidade, sobre o lado dançante e que corresponde um pouco a expectativa do público francês, que pode agradar o público francês. Sabendo que o público não é tão aberto, mas também não é tão fechado ao que é diferente e moderno.

LV: Quando falamos do gosto do público francês pela música brasileira podemos utilizar a palavra *exotique*?

SD: Não. Para mim, não.

LV: E o interesse pela novidade?

SD: Sim para mim é mais a novidade. Há muitos anos que eu trabalho com a música brasileira eu sempre tentei mostrar ao público francês novos artistas, que para mim merecem ser conhecidos pelo o público francês. Então tem um lado de novidade, um lado inovador, moderno, um lado dançante também porque os franceses também gostam de se mexer, um lado percussivo, tudo que tem percussão é sempre bem-vindo na França.

LV: E o senhor utiliza estes critérios para os artistas da Bahia também?

SD: Sim, exatamente. Na verdade, isto foi há alguns anos, agora mudou um pouco, como está muito difícil de trabalhar com discos. Eu privilegiaria mais um artista que se viesse fazer os shows para fazer a promoção. Quer dizer, antes isto era importante, mas menos do que agora. Agora, é indispensável, eu falo da presença do artista, fazer shows e participar da promoção. Eu falo de artistas independentes que não fazem parte de um selo que já tem uma marca, como a Biscoito Fino, onde é importante o artista, mas o selo já é importante também. Agora se nós levamos um disco da *Biscoito Fino* não importa a qual rádio a programação já vai ter uma idéia do que é porque o selo já tem um certificado, já tem uma “marca”, neste caso não é tão importante trazer o artista do Brasil porque é o selo da gravadora que já tem uma marca de identificação. Mas se é um artista independente que não tem um disco por um selo conhecido é muito, muito difícil, para mim, trabalhar como distribuidor de discos. Porque eu não sou agente. Eu só trabalho como distribuidor de discos. A única coisa que eu fiz foi participar da programação do Ano do Brasil na França, não trabalho como agente. Eu tenho muitas relações com agentes que trabalham com a música brasileira, Frédéric Gluzman Marc Régnier, que são realmente especializados no Brasil.

LV: O senhor considera que existe um público fidelizado para a música brasileira na França?

SD: Eu penso que Gilberto Gil e Caetano Veloso têm público fiel e que vão a todos os shows.

LV: É um público francês?

SD: Sim estou falando do público francês, nem estou falando do público brasileiro. É difícil de

falar de um público fiel para a música baiana, com exceção de Carlinhos Brown e Daniela Mercury, mas já tem muito tempo que ela não produz um show aqui.

LV: E shows de percussão baiana como Olodum, por exemplo, tem público?

SD: Eu acho que não. Estes grupos de percussão vão atrair as pessoas que trabalham com percussão e que têm um interesse na percussão, em geral é isto, não pelo grupo em si. É pelo tipo de instrumento. Eu acabei de descobrir um músico francês que tem um grupo de percussão, ele produziu um disco que se chama Vincent Bauer. Ele é percussionista de Pierre Boulez há 30 anos, ele reuniu um grupo de franceses e brasileiros, alguns acho que são da Bahia, o grupo se chama Só do Samba e eles têm uma cantora que se chama Luma. E eu distribuí o disco deles e acho que ele representa bem a música afro-baiana. Luma é paulista, mas penso que ela pode ter uma imagem de baiana, com certeza. Ela tem uma voz... Para mim ela é capaz de cantar qualquer coisa, na minha opinião. Ela se *vira* bem com a música baiana. Ela mora agora em Veneza e começa agora a fazer shows aqui na França.

LV: O senhor tem tido recebido informações sobre a atual produção musical da Bahia?

SD: Se eu mesmo não for procurar na internet, eu não consigo as informações da Bahia. Absolutamente nenhuma. Se eu escuto na rádio, se eu mesmo vou atrás, mas elas não vêm até a mim. É verdade que a Internet reúne o mundo inteiro em volta da música é formidável.

LV: O senhor conhece o trabalho que a BM&A está fazendo a respeito da exportação da música brasileira?

SD: No nível profissional, eles ainda têm muito que fazer, porque nós os vemos nestes salões, como MIDEM, Womex etc., mas no resto do ano, enfim... É difícil de receber estas informações. Como eu não estou na direção empresa para a qual eu trabalho, que fica em Toulouse, talvez eles estejam recebendo material da BM&A, mas não acredito porque se não eles estariam enviando para mim. Eu acho que eles ainda têm muito trabalho a fazer. Uma lista de e-mail, como, por exemplo, o *Bureau Export (de la musique française)*, que organiza as informações.

LV: O senhor identifica algum país, em concorrência com a música brasileira, com uma estratégia de exportação de música, dentro da categoria de *musique du monde*?

SD: Eu acho que a música cubana, de certa forma teve uma estratégia. A música da América do Sul, eles aproveitaram do desejo dos franceses por tudo que era latino, penso teve uma

verdadeira estratégia, mas que agora não existe mais.

LV: Em que consistia esta estratégia?

SD: Distribuição dos selos, abertura de mercado de exportação.

LV: O senhor acha que as relações interpessoais ajudam neste trabalho de exportação da música?

SD: Sim, eu acho que sim. Quando eu tinha a loja de disco, por exemplo, eu recebi a visita de um representante de um selo argentino, que tinha vindo da Argentina para tentar encontrar um distribuidor para este selo. Por exemplo, por parte da África eu não diria que existe a mesma estratégia. Por causa da relação francesa com a África, por causa da língua, têm muitas produções francesas de *musique du monde* que são africanas. Então, eles não têm este mesmo tipo de relação, eles não entram desta forma.

LV: E o estado, as instituições apóiam estes países nesta atividade de exportação?

SD: Acho que são mais as empresas, as iniciativas pessoais dos artistas. Ao nível de ajuda das instituições culturais do Estado não existe efetivamente, acho que não existe. Eu não consigo responder a esta questão. Eu acho que, sobretudo, as empresas que investiram massivamente em um tipo de música e nos artistas, que produziram aqui na França, por exemplo. Isto acontece raramente com a música brasileira, existe pouca música brasileira produzida na França. Geralmente nós compramos os discos já produzidos, as licenças, ou os artistas brasileiros que moram aqui.

Eu estou convencido que agora tem que trazer os artistas, cada vez mais. É verdade que a divulgação tem sido feita por internet, por *Myspace*, por estas redes, mas é preciso ver artistas diretamente. Para mim, não funciona muito, porque eu tenho uma dificuldade em relação à imagem, eu tenho problema em ficar vendo as imagens, por DVD, eu sou mais sobre a orelha. Mas eu sei que muita gente tem ido ver estas imagens, é importante, e permite ver como é o grupo. Mas eu acho que é indispensável, o artista tem que tentar participar de festivais e, através dos agentes, fazer as turnês na Europa. Em todo caso, a imagem da música baiana tem uma imagem pejorativa, para quem conhece a Bahia. Por exemplo, aqui há pouco tempo teve um disco que era distribuído todos os anos por um importador, que era Axé Bahia do ano. Bom, não era o melhor da música da Bahia e dá uma imagem muito ruim do que é feito como música lá.

LV: O senhor poderia falar sobre seu trabalho como programador de shows para a *Cité de la Musique* durante o Ano do Brasil na França?

SD: Foram 3 noites diferentes. O primeiro dia foi Maria Rita e Djavan. Teve uma noite do Rio com Dudu Nobre e Marcelo D2 e uma noite Nordeste com Heleno dos 8 baixos, DJ Dolores e o terceiro grupo desta noite do Nordeste foi a Banda Cabaçal dos Irmãos Aniceto, do interior Ceará, do Crato. A terceira noite do evento do Brasil na *Cité de la Musique* foi uma noite baiana com Riachão e *Didá - Banda Feminina*. Que foi muito bem, tinha muita gente, todo mundo contente, uma verdadeira experiência... Foi um grande ano para música brasileira aqui na França.

LV: Eu tenho uma prestação de contas da programação no Ano do Brasil na França e somente os grandes nomes baianos se apresentaram, quase não tinha artistas emergentes da Bahia.

SD: Sim, exatamente, só tinha os grandes nomes. Na época, eu fui entrevistado por uma pessoa da Bahia que queria saber por que eu tinha escolhido Riachão e a banda Didá e porque não Ivete Sangalo, ou outra grande estrela, uma vez que Riachão não é conhecido. Ninguém entendeu a escolha da programação, eu expliquei que minha escolha era por artistas completamente novos, estava visando pessoas que já conheciam um pouco da música brasileira e queria mostrar outras coisas da música da Bahia e depois esta música tem uma tradição de música tradicional e que não era pop. Então eu achei que estes grupos se enquadravam no que eu queria eram grupos de percussão e um grupo de samba, eu não queria programar o mais conhecido, eu queria um grupo que o público francês na estava habituado a ver. Eu queria um grupo de percussão e sabia a Didá, sabia do trabalho de Neguinho do Samba.

LV: E como foi a experiência com o trabalho de pré-produção do espetáculo? Como foram os contatos, a negociação dos cachês?

SL: Eu me lembro muito bem de Riachão, eu telefonei, a mulher dele atendeu, foi difícil encontrá-lo, eu pesquisei através de publicações, através da internet, de nome de agentes e, finalmente, encontrei um agente que me deu o telefone do Riachão. Telefonei para a casa dele e sua mulher atendeu ao telefone. Eu disse que estava falando de Paris e que queria convidar Riachão para um show na França. Ele estava consertando alguma coisa no telhado e ela gritou “Riachão! Riachão! É a França!”.

LV: Ele não tinha produtor?

SD: Na época, tinha alguém que trabalhava com ele, mas eu acabei encontrando diretamente com ele.

LV: E com a Didá?

SD: Para a Didá eu tinha um contato com o agente

LV: E qual a sua avaliação quanto à atitude profissional dos artistas e dos técnicos?

SD: O show foi ótimo os músicos se comportaram impecavelmente. Eram responsáveis, uma maravilha. O show de Riachão com todos os músicos vestidos de terno branco, com sapato bicolor, à maneira dos anos 40, foi um show verdadeiramente fantástico e o de Neguinho do Samba também, ele dirige as meninas e elas se enquadram, foi tudo muito bem.

Stéphane Vatinel

LV: Como o senhor poderia descrever o que chamamos de música brasileira?

SV: O mais espontaneamente possível, sabendo que não sou especialista da música brasileira. É verdade que nós associamos a música brasileira ao carnaval do Rio, nós imaginamos tudo que é Bossa Nova, tudo que é ligado a canções e músicas alegres, músicas de rua, tudo que é batucada. Para nós, aqui, estes tipo de música, eu falo nós, a priori tem pessoas que são conhecedores, antes de tudo é a música festiva para nós é isso: a base de percussão. Nós identificamos também o universo da capoeira. Claramente é isto, é música de grupos e não é tão intimista. De qualquer forma é uma referencia que todo mundo conhece que é um dos emblemas da música brasileira que é o Gilberto Gil. Aqui é o mais conhecido e quando ele faz um show, as salas estão cheias. O fato de ele ser também o Ministro da Cultura... Ele é ainda não?

LV: Sim.

SV: Ah! Ele foi reconduzido. Então, essencialmente isto está dentro do consciente coletivo, existe esta identificação com uma música alegre, de uma musica ritmada, de uma musica generosa à qual nós identificamos, enormemente, o espírito da festa.

LV: Tem algum gênero musical que não pode ser considerado brasileiro?

SV: Ao contrário, acho que nós confundimos tudo, nós temo uma tendência a colocar as musicas de origens cubanas no mesmo saco da música brasileira, dizendo que é bossa nova... É difícil para mim encontrar o tipologia de música mais restrita... Mas eu penso que nós temos uma tendência a confundir e se nos perguntamos se estamos no gênero da mesma família, não sabemos?!

LV: Por exemplo, se eu falo de rock ou de *hip hop*?

SV: É isto, se falamos do rock e do *hip hop*, nós vamos pensar nos anglo-saxões, nos americanos. Vamos ter a tendência a dizer que a bossa nova é brasileira. Eu precisaria pesquisar... Existem outros nomes associados à música brasileira, mas que não me vêm à mente.

LV: E quanto à música produzida na Bahia?

SV: Como nós não entendemos português e escutamos nas letras a palavra Bahia que quase que se tornou uma palavra idiomática da “língua brasileira”. Quando a gente ouve as músicas sempre tem a palavra Bahia, então Bahia para nós, sim... Mas identificar como um estilo musical particular, acho que 98% da população não é capaz de saber a diferença. Só os melômanos, as pessoas que estão profundamente ligadas à música, elas vão saber a diferença...

LV: Então a palavra Bahia, ela pode trazer alguma ideia... Por exemplo, a palavra exótica...

SV: Não, claramente, faz parte do léxico e da linguagem, então nós sabemos muito bem que vem do Brasil. Depois, nós temos uma imagem um pouco caricatural do Brasil. Em geral, é a praia, a areia branca, a música com a batucada na beira do mar, as mulheres que dançam rebolando e “nanananahn Bahiaaahhh!” (canta um pedaço de Aquarela, imitando os gestos de Carmen Miranda). Nós estamos perto desta caricatura. Então, sim, é absolutamente exótico. Mas eu me pergunto se não é a especificidade como nós, na França, temos classificações de músicas que são bem precisas para nós, mas no exterior se considera como “*la chanson*” e para nós, dentro da *chanson* tem várias características diferentes, mas se coloca tudo no mesmo saco. E é como quando se estuda as origens do rock, quando se começa a analisar o rock, a origem entre o blues, o R&B, o rock’n roll, a associação deste ritmos com os brancos... Então, “Bahia” parece com “playa”, a praia, é quase o mesmo sentido.

LV: Quais artistas brasileiros que os seus dois espaços já programaram nos últimos 5 anos?

SV: Aí eu vou ter que falar com o pessoal que programa diretamente, porque eu supervisiono a programação, são quase 220 eventos por ano, aqui. E eu tenho os dois espaços, o segundo lugar se chama Glaz’art, que também faz 200 shows por ano, então eu tenho 420 shows por ano. Eu sou mais um diretor geral, não estou envolvido diretamente na programação específica.

LV: Mas tem algum artista ou evento brasileiro que o senhor se lembre de ter programado?

SV: Temos noites os *aperos*⁹⁵. (Chama um funcionário, Erwan, para responder sobre a programação)

Erwan: Fazemos todo tipo de música, no sábado fazemos batucada, nós tivemos o Bal Forró.

⁹⁵ Espécie de *happy hour* francesa, começa geralmente às 18h30min e os shows servem como fundos musicais para um ambiente de encontro e conversas.

Não é sempre o mesmo grupo, mas como são músicos que tocam juntos eles se chamam Bal Forró. Temos muitos músicos brasileiros, mas da comunidade brasileira que vive em Paris.

LV: E artistas baianos, que vieram da Bahia para se apresentar aqui?

Erwan: Não, pelo que conheço e pelo o tempo que estou aqui no *Divan*, não.

LV: Quais os critérios para programar um artista brasileiro. Por exemplo, se tem um artista brasileiro fazendo uma turnê na Europa e se propõe para fazer um show aqui?

SV: Os critérios é saber se podemos ter um mínimo de pessoas para que a sala esteja cheia, depois, critérios de notoriedade de trabalho de comunicação da turnê, da qualidade, se está lançando um disco, se ele tem um público em Paris, se ele tem uma equipe que trabalha para ele, uma produção local, todos estes elementos que são necessários.

LV: Então ter uma equipe local, que faz a produção local, é importante?

SV: Sim, ter uma equipe local é bom, mas não é obrigatório ter uma equipe no local. Se for um show de Gilberto Gil, nós o contratamos, porque sabemos que a casa vai estar cheia, mas não é o Gilberto Gil que passa por aqui. Quando são artistas menos conhecidos, o que nós precisamos ter, como segurança, é que podemos ganhar dinheiro. Ou não perder muito. Às vezes a gente sabe que vai perder dinheiro com um artista, mas não é tão grave. A não ser que o artista tenha uma produção na França e alugue a sala e pode fazer o que quiser.

LV: Mas mesmo assim tem um critério de programação?

SV: Sim, tem o critério de qualidade artística, mas nós já sabemos que se alguém vai alugar a sala, ele vai querer ter a sala cheia. Mas quando não se trata de aluguel da sala pode haver um pensamento “bom, como nós não alugamos a sala, não é tão grave se não tiver muita gente” e a gente acaba trabalhando muito porque nós temos mais de 200 datas por ano para programar.

LV: Quando vocês compram o show, como negociam os cachês?

SV: Depende, se tem uma estrutura apoiando nós dividimos a bilheteria para pagar a esta estrutura. Porque temos que pagar as taxas para esta estrutura de espetáculo que deve ter uma licença na França. Ou, o que fazemos mais frequentemente, nós pagamos um cachê. Mas um cachetinho.

LV: Isto quer dizer quanto?

SV: 80 Euros líquidos por músico por noite.

LV: E quantos músicos no palco, por exemplo um grupo de salsa, que são mais ou menos 15 no palco?

SV: Não, nós não contratamos porque é muita gente. Tem a lei dos impostos que eu tenho que pagar. Então 80 euros por 15 quer dizer 1200 euros, 1200 vai acabar chegando a 2400 euros com as taxas, mais ou menos. Com 2400 euros precisamos fazer muita bilheteria e as pessoas não querem pagar caro por um grupo que não é conhecido. Se alguém conhecido ele são capazes de pagar até 300 euros por entrada, mas se não foi conhecido...

LV: O senhor considera que existe um público fidelizado para a música brasileira na França?

SV: Sim, em Paris, e não apenas em Paris. Tem um lado muito afetivo pela música, pelo universo brasileiro. Os brasileiros são pessoa que amamos. Realmente, sobretudo quando vamos ao final da Copa do Mundo (risos). Realmente, falando sério, existe uma verdadeira afeição da parte da população francesa pelo Brasil e, quando fazemos a noite brasileira, uma noite a cada dois meses, temos 700 a 800 pessoas que vêm a cada noite.

LV: Mas não é apenas a comunidade brasileira que frequenta?

SV: Não, tem 30% de brasileiros e 70% de parisienses. Depois tem uma comunidade, uma comunidade brasileira que é muito importante. Mas acima, em Montmartre, tem restaurantes brasileiros com pessoas que se implantaram na vida política parisiense, eu diria mais na área social-política, uma coisa de comunidade de bairro. Como os brasileiros têm esta alma de “village”, mais uma alma de comunidade e Paris é um lugar onde todo mundo corre para todo lado. Foi esta comunidade, que são muito unidos, que fizeram reuniões em volta da dança, em volta da música, em volta do cinema, mas muito comunitário, estes encontros. Então, quando a gente organiza alguma coisa nós tentamos sempre fazer as coisas junto a estas pessoas que são destas associações brasileiras. Por outro lado, tem uma população brasileira, já na segunda ou terceira geração, que são totalmente franceses hoje, que tem seus pais que são brasileiros, mas eles são visceralmente ligados às suas raízes brasileiras. São pessoas que são muito ligadas a grupos e depois em torno disto tem todas as pessoas que amam esta comunidade e prestam atenção ao que eles fazem e que são o grosso das pessoas vêm nos eventos brasileiros.

LV: Este público, você consegue diferenciar em relação à classe social?

SV: É interessante esta pergunta, porque temos diferentes classes sociais brasileiras que estão em Paris, pessoas que vem de um tipo de burguesia brasileira que estão em Paris e toda uma população que é uma população mais popular. Dependendo do tipo de evento que vamos organizar nós vamos ter... Um concerto que seja menos, panrannanana (faz um som meio de axé), vai ser menor popular, que seja mais tranqüilo, onde as pessoas estão sentadas para escutar, aí vamos ter um tipo de classe social que virá ao show.

LV: E com o público francês, o senhor também pode fazer esta distinção?

SV: Sim, porque infelizmente nós temos certa dificuldade, tem sempre o que chamamos de espectador residual em relação a um arquétipo de público, mas no geral eu penso que infelizmente nós... No geral, as classes sociais existem, elas se misturam um pouco, se nós fazemos certo tipo de música mais intimista, tem um público popular que vai se associar um pouco a burguesia e quando vamos a outro estilo de música, tem um pouco da burguesia que virá no show popular. Mas tem ainda códigos como estes, e isto se sente enormemente, quando mais nós temos pessoas em pé mais somos populares, existe uma associação com o espetáculo que é visto em pé e o espetáculo que se vê sentado. Colocamos muitas vezes mesas com cadeiras ou apenas cadeiras ou muitas vezes em pé, e também quanto mais a musica é alta, mais ela é popular, quanto mais é o que chamamos de “musica de câmara”, menos ela é popular. Quanto mais vai ter a necessidade de escutar sentado, menos ela é popular, mais vai ter a necessidade de escutar em pé, mas ela é popular, realmente nós temos esta associação: em pé, musica alta – popular. Quando é menos alta e deve escutar sentado é mais burguês. É um código muito interessante de observar, nós encontramos quase sempre os contra-exemplos, pode ter algum tipo de show onde todo mundo está em pé e a sala cheia de gente yuppie. Mas tem uma definição de classe social em relação ao volume sonoro e à forma como assistimos ao espetáculo.

LV: E vocês estipulam os preços da bilheteria, já sabendo desta distinção?

SV: Claro, é obrigatório, é claro que vai ter pessoas menos ricas que virão a estes shows quando a bilheteria é cara, porque eles tem vontade de vir ou procuram este tipo de show e ao contrário também. Esta é uma constatação que eu faço já há alguns de anos e que me apaixonou. É a sociologia associada à forma musical, ao volume, ao tipo de lugar a maneira como nós assistimos ao show... Os cruzamentos vão ser feitos de uma forma ou de outra, eles são quase que codificados, nós temos quase uma impressão que é genético. É bizarro...

(Eu falo da pesquisa, de Bourdieu e Bernard Lahire e falo da dificuldade de aplicar o conceito de cultura popular e alta cultura)

SV: Sobretudo o que tem que se ver também, é que, quando nós escutamos a música que não é da nossa língua de orelha, normalmente nos associamos esta música a sua sonoridade, não ao seu conteúdo. Quando a gente escuta os brasileiros cantando o que nos atrai é a fonética. As palavras não nos “falam”. A palavra se rende a uma noção que eu gosto muito, é por isso que somos fãs da música anglo-saxônica, a voz se torna apenas um instrumento, e não um porta-voz, isto é interessante. É a distinção que se tem em relação a música francesa, por exemplo, a *chanson* francesa. Infelizmente quando não se entende as palavras da *chanson* francesa, o cantor está tão na frente que, se não compreendemos o que ele diz, não faz sentido escutar este tipo de música. Então a *chanson* francesa não é uma música internacional. Só agora com a *french-tech*, que é o hip-hop, a *fusion*, aí nós começamos a poder exportar a música francesa. Antes nós tínhamos algumas exceções que são Piaf, Maurice Chevalier e Jacques Brell, mas não é suficiente, isto já tem 50 anos. E eu penso que na música brasileira, por exemplo, eu entendo o que você fala da sofisticação dos textos, 70% do público não fala português para eles é a sonoridade da língua, é tudo.

LV: O senhor tem recebido informações sobre a produção musical baiana atual?

SV: Honestamente, não. Mas também tenho que dizer que você está falando de uma região específica e a mesma coisa se eu perguntasse a você se tem conhecimento da música produzida na Bretanha.

LV: E o senhor tem conhecimento de outros países do mundo que tem estratégia de exportação de sua música que funcione?

SV: Eu nunca sei qual a abordagem devemos ter. Por exemplo, o que faz muito sucesso agora na França é a música cigana. Há três anos, no *Divan du Monde*, nós decidimos trabalhar com a música cigana. Por que a música cigana? Porque é uma música festiva, muito associada a este ator que todo mundo conhece que é o Emir Kusturica e tem uma proximidade, uma população de músicos ciganos que estão perto da França, como a Romênia, a Hungria, a Albânia, que são o berço da música cigana, eles estão muito próximos, então podemos trazê-los facilmente. As pessoas começaram a vir ao *Divan du Monde*, no começo, um pouco, depois, um pouco mais e hoje tem um público enorme de pessoas que vem ao *Divan du Monde* para ver a música cigana e mais aos pouco nós vimos emergir por todos os lugares os

shows de música cigana. Eu me pergunto “será que de qualquer forma os artistas ciganos de rua, que tocam violino com acordeão, que nós ouvimos em todos os lugares na França, será que com o passar dos anos esta música entrou no inconsciente coletivo e num momento um nome se tornou embaixador desta música e em aí apareceu um sentimento?”.

LV: Mas foi uma iniciativa pessoal ou eles se juntaram em uma rede?

SV: Justamente, é onde me pergunto de que forma isto se deu. Se você quiser dar uma boa idéia a seu amigo, você tem que fazer com ele acredite que foi ele que teve a idéia. Eu me pergunto, freqüentemente, se foi porque os ciganos, por estarem, assim, na rua em todos os lugares e, de repente, eles tiveram a idéia “vamos fazer shows de música cigana”. Será que foram eles realmente que tiveram a idéia de fazer? A partir de então, o *Divan du Monde* é um lugar de referência para a música cigana, todos os ciganos do mundo vem para cá. Tem o myspace de música cigana do Divan du Monde, teve um desenvolvimento fabuloso. Temos todos os ciganos que se apresentam aqui e, aos poucos, tem uma rede que se monta em torno disso. Eu me pergunto: se foram eles que se reuniram porque acreditaram, ou será que somos nós que nos interessamos o suficiente para gerar esta rede? Honestamente, eu não tenho a resposta. Saber se tem um país suficientemente forte para poder montar estruturas para fazer vender a sua música?... Esquecendo o trabalho dos anglo-saxões.

(Pergunta aos seus assistentes sobre algum país que tem uma estratégia de exportação)

Deram o exemplo da Suíça e da Suécia, através de seus institutos culturais.

SV: Tem o trabalho do *Bureau Export de la Musique Française*. Por exemplo, a *french tech*, nos EUA, há pouco tempo, onde uma rede das Alianças Francesas, que é muito desenvolvida, difundiu esta música. Quando vamos a Nova Iorque, a Boston, nas boates, a *french tech* faz sucesso e foi um trabalho feito pelas Alianças Francesas.

(Pergunta a sua assistente se o Senegal conseguiu montar uma estrutura, ela responde que não, o trabalho de difusão da música do Senegal é feito mais pela comunidade senegalesa que vive na França)