

JANAINA ANDRA DE CERQUEIRA

**MÚSICA DO MUNDO S/A:
CONSTRUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA WORLD MUSIC -
O CASO DA PUTUMAYO RECORDS**

Monografia apresentada ao Curso de Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Jeder Silveira Janotti Júnior.

**Salvador
2007**

Para meu irmão, Alceu Andrade de Cerqueira (*in memoriam*),
pela eterna inspiração.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que tornaram esta pesquisa possível, em suas diversas etapas. Ao Professor Dr. Jelder Janotti Jr., pela orientação e pelo interesse e compreensão com que acompanhou o trabalho. Ao grupo Mídia e Música Popular Massiva da FACOM, pelas valiosas contribuições. À banda Navio Negroiro, pelo despertar do tema. Às disciplinas de Comunicação e Cultura Contemporânea e Comunicação e Contemporaneidade ministradas por Profa. Dra. Itania Gomes e Profa. Dra. Gisele Nussbaumer, pela influência acadêmica neste projeto. Este trabalho também é dedicado aos amigos da Facom que me acompanharam por estes quatro anos. Aos meus pais e ao Fernando, pelo apoio e incentivo.

RESUMO

O surgimento e a abrangência do rótulo musical denominado “World Music” originaram as questões desenvolvidas nesta pesquisa. Os significados do termo não são nítidos no que diz respeito às origens e domínios territoriais, bem como de gênero. A intenção deste trabalho é realizar um panorama do selo Putumayo Records, compreendendo o que é a “música do mundo” e quais são as tensões presentes no rótulo. Além de procurar entender as complexas relações do local e do global na música popular e em que medida há questões de identidade envolvidas, buscando uma reflexão em torno da representação do outro na música e a influência da World Music no espaço do “Atlântico Negro”. As noções de gênero e performance midiática fundamentam o estudo para entender a inserção da World Music na música popular massiva e relacionar as coletâneas da Putumayo Records com a produção de sentido inserida nos produtos midiáticos.

Palavras – chave: Música Popular Massiva; World Music; Putumayo Records; Gêneros; Identidade.

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1: Capa da coletânea Islands</i>	38
<i>Figura 2: Capas das coletâneas: Republica Dominicana; Baila e Africa</i>	48
<i>Figura 3: Capa de Brazilian Groove</i>	63

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. MÚSICA POPULAR MASSIVA	10
1.1 MÚSICA E CONSUMO	11
1.2 MÚSICA E PERFORMANCE	13
1.3 MÚSICA E CLASSIFICAÇÃO	15
1.3.1 RÓTULOS DE PRATELEIRA	17
1.4 <i>WORLD MUSIC</i> E OS GÊNEROS MÚSICAIS	18
2. CRIAÇÃO DA MÚSICA DO MUNDO	22
2.1 VÁRIAS VOZES, UM SÓ MUNDO: O MUNDO DA <i>WORLD MUSIC</i>	26
2.2 CONTROVÉRSIAS NA <i>WORLD MUSIC</i> : AS RELAÇÕES DE PODER	28
2.3 O GLOBAL E O LOCAL NA <i>WORLD MUSIC</i> : QUESTÕES DE IDENTIDADES	34
3. VIAGEM NA <i>PUTUMAYO RECORDS</i>	37
3.1 HIBRIDISMO CULTURAL: A MÚSICA NA <i>WORLD MUSIC</i>	39
3.2 QUESTÕES DE AUTENTICIDADE	41
3.3 CATÁLOGO DA <i>PUTUMAYO RECORDS</i>	43
3.3.1 A REPRESENTAÇÃO DA <i>WORLD MUSIC</i> NAS COLETÂNEAS	47
4. QUATRO CANTOS DA MÚSICA DO MUNDO	52
4.1 <i>WORLD REGGAE</i> : OS RITMOS NA <i>WORLD MUSIC</i>	52
4.2 <i>COVER THE WORLD</i> : IDENTIDADES TRANSNACIONAIS	57
4.2.1 A DIALÉTICA DAS IDENTIDADES	60
4.3 <i>BRAZILIAN GROOVE</i> : O LUGAR DO BRASIL NA <i>WORLD MUSIC</i>	61
4.4 <i>CONGO TO CUBA</i> : AS RELAÇÕES NO ATLÂNTICO NEGRO	66
CONCLUSÃO	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	75

INTRODUÇÃO

“A Identidade é uma construção que se narra” (CANCLINI, 1999, p.163). Vários elementos compõem a construção desta narrativa, uns dos mais importantes, com certeza, são as expressões artísticas, dentre elas a música pela sua força e alcance. Porque a música, ao passo que reforça e contribui para a criação de um sentimento de ‘nacionalidade’, de laços comunitários e do que pode se chamar de “adesão étnica”, também tem o seu revés, ajudando a impor e sedimentar as barreiras culturais entre os povos.

Nesse aspecto, a identidade não é somente uma construção que se narra, ela é também uma construção que se canta. Dentre os diversos formatos artísticos talvez a música seja o de maior capilaridade, podendo estar presente em diversos lugares do mundo – principalmente com novos recursos de tecnologia – e permeabilidade, sofrendo fácil influência dos vários ritmos e permitindo formas de simbiose entre eles.

Há algum tempo nos habituamos a ouvir e utilizar o rótulo de *World Music*, servindo como um ‘termo estanque’ para algo que ainda hoje não é muito nítido no que diz respeito a questões de origens e domínios territoriais, bem como de gênero. Afinal, o que é a *World Music* e qual o significado encontrado por de trás desse termo? Será simplesmente a ‘música do mundo todo, para todo mundo ouvir’?

Como gênero de mercado o termo foi criado por um grupo de produtores e críticos ingleses há vinte anos como estratégia de marketing e veio a significar “música de origem e circulação não-ocidental, como também músicas de minorias dominadas dentro do mundo ocidental” (FELD, 1995, p. 266). Desta forma estão presentes, então, discursos centrados no “imperialismo cultural” e em idéias de identidade articuladas principalmente entre primeiro e terceiro mundo. Mas, até que ponto podemos compreender a *World Music* como uma versão do eixo principal, ou como sua diferença? Seria uma nova versão do exotismo de outras épocas? Mais além, há possibilidade de legitimação a partir das margens?

A abrangência desse termo ‘guarda-chuva’, as complexas relações presentes e a sua influência na produção do campo musical são tratadas neste trabalho e motivam a vontade e a necessidade de conhecer melhor este fenômeno e sua significação no mundo dos fluxos culturais contemporâneos. Através da análise do mercado da *World Music* e do estudo da construção e comercialização do termo, pretendemos entender como se realiza a

representação do *outro* nessas trocas e, principalmente, como estão presentes as questões de identidade e autenticidade no rótulo.

Para melhor entender o termo e suas relações realizamos um estudo de caso da *Putumayo Records*, considerado maior selo especializado em *World Music* e pioneiro no mercado. A escolha deu-se por sua relevância no campo e seu amplo catálogo, que contém uma subdivisão específica para a música brasileira. Distribuído em mais de cem países, o selo foi criado em 1993 pelo sociólogo norte-americano Dan Storper e já lançou cerca de duzentas coletâneas com artistas diversos, em sua maioria desconhecidos e escolhidos pelo fundador do selo em suas viagens ou nos materiais recebidos na sede americana.

A partir do intuito da *Putumayo Records* de “apresentar as pessoas à música da cultura mundial”¹ procuramos complexificar as representações construídas, localizando as estratégias discursivas inscritas no consumo destes produtos. Para entendê-las é necessário inicialmente compreender a relação entre o processo criativo ligado à produção e as lógicas comerciais de consumo e circulação dos “produtos musicais”.

No primeiro capítulo deste trabalho abordamos a produção musical na cultura midiática contemporânea através da música popular massiva e os seus aspectos na noção de indústria cultural. Buscamos ainda localizar a *World Music* nos gêneros musicais. Para isto apresentaremos o papel que as classificações de gênero exercem na música, entendendo-os em uma perspectiva comunicacional.

O processo de criação da *World Music* e as controvérsias presentes no rótulo são vistos no segundo capítulo deste trabalho, com um panorama do campo enfocando perspectivas práticas e teóricas do rótulo. Como esta categoria foi criada e sobre quais aspectos? Como ela é mantida e para quem é vantajoso (ou desvantajoso)? Trataremos das relações de poder e apropriação, além de questões de identidade, procurando entender como acontece a relação entre o local e o global na *World Music*.

A apresentação à *Putumayo Records* é realizada no terceiro capítulo. Pretende-se localizar quais os principais pontos de convergência entre artistas e ritmos presentes no catálogo e as estratégias discursivas inscritas no consumo destes produtos. Neste capítulo abordaremos a questão “musical” na *World Music* e como ela é comercializada, entendendo o conceito de hibridismo cultural e as questões de representação do *outro* e autenticidade.

Por fim, no último capítulo, através de quatro coletâneas da *Putumayo*, buscamos entender como o mercado da *World Music* estabeleceu-se e a perspectiva dos músicos

¹ “introduce people to the music of the world’s culture”, trecho do texto de apresentação do selo no site oficial <www.putumayo.com>, acesso em 16 de junho de 2007.

envolvidos. Analisaremos como o rótulo alterou os diálogos culturais entre os países do “Atlântico Negro” e o lugar da música brasileira no campo, bem como suas influências na produção musical do país. A fim de não perder de vista os objetivos centrais deste trabalho nos deteremos a uma análise da estruturação das compilações do selo sem aprofundamentos no que tange o campo da musicologia.

1. MÚSICA POPULAR MASSIVA

O sociólogo Simon Frith (1998) afirma que “a história da música pode ser dividida em três estágios, organizados ao redor das diferentes tecnologias musicais de armazenamento e reprodução” (ibid., p.226). No primeiro estágio, que o autor denomina *folk*, a música só podia ser produzida e armazenada através do corpo e era necessário a execução e audição musical simultânea, através das performances². Até a música estar ligada às “condições de produção e reconhecimento inscritas nas indústrias culturais” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006), o seu consumo só era possível em situações presenciais entre músico e ouvinte.

No final do século XIX, com a comercialização de partituras impressas, a música é armazenada através da escrita, caracterizando o segundo estágio, *artístico*, neste torna-se desnecessário o encontro entre compositor e ouvinte. A execução ainda acontece através das performances ao vivo e no momento da “atualização” das canções são necessários músicos capazes de interpretar as indicações das partituras e instrumentos musicais.

O terceiro estágio re-configura a relação presencial entre ouvinte e músico, e com isso a “experiência material e social da música” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006). Neste estágio, o qual Frith chama de *pop*, a música é armazenada em fonogramas e distribuída mecanicamente em larga escala.

O emprego dos aparatos tecnológicos e midiáticos, ou seja, o uso das técnicas da indústria cultural, provocou mudanças significativas nas expressões musicais do século XX. A noção de música popular massiva refere-se a esta “industrialização” do fazer musical, e consequentemente, as novas formas de produção, armazenamento e circulação das práticas musicais na sociedade, conectadas então à indústria fonográfica.

Em termos midiáticos, pode-se relacionar a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica, os suportes de circulação das

² Entende-se aqui performance como atuação, apresentação ao vivo.

canções e os diferentes modos de execução, audição e circulações audiovisuais relacionados a essa estrutura. (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006).

A invenção e subsequente popularização desses suportes midiáticos, bem como a ampla circulação proporcionada, posicionaram e consolidaram a música como produto. Neste primeiro capítulo buscaremos compreender o consumo destes “produtos musicais” e a tensão que envolve a construção de sentido nos processos criativos e as lógicas mercadológicas.

1.1 MÚSICA E CONSUMO

Em termos gerais, com a industrialização, a música que é, por natureza, imaterial, torna-se um bem de consumo, armazenada em um suporte midiático, distribuída e comercializada. A partir desse momento, tornou-se difícil dissociar a música massiva do complexo industrial e empresarial que a cerca.

Música sempre foi importante para identidade coletiva – comunidades se conhecem através das suas memórias musicais (...) O que a indústria de música comercial fez foi possibilitar que este senso de pertencimento (e exclusão) que a música oferece seja parte do seu volume de vendas. Seja através do *star system* (fãs identificando-se com os ídolos) ou, mas significativo, através da comercialização de gêneros (...). (FRITH, 2001, p. 38)

Para Canclini (1999), o consumo pode ser definido como o “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos” (ibid., p.77). Neste caso, seja através da audição de uma estação de rádio, de um disco ou de shows, do teatro ou do cinema, em qualquer experiência musical, são atos de consumo que se configuram, pois envolve “apropriação e uso” do “produto musical”, em suas diversas formas.

A música massiva como conhecemos “foi torneada pelos problemas de fazer música um bem de consumo e os desafios de adaptar as práticas mercadológicas às tecnologias” (FRITH, 2001, p.26). Bem como em outras indústrias culturais há, portanto, uma interface permanente entre os aspectos plásticos dos produtos musicais e as lógicas econômicas nas quais estão inseridos.

No momento inicial da produção de uma canção já se detectam procedimentos em que estão implicadas perspectivas de distribuição e consumo. Há padrões estéticos e comerciais,

desde a escolha do suporte de armazenamento³ à duração da música e formas de mixagem⁴ de voz e instrumentos em uma canção.

A fixação desses suportes foi aos poucos determinando uma forma de criação musical adequada à este tipo de comercialização: uma melodia cantada, de preferência com refrão, tonal, acompanhada por instrumentos “ao fundo” e de duração média de dois a três minutos. (TROTТА, 2005).

Assim é possível notar que a configuração da “canção massiva”⁵ está diretamente ligada ao “encontro entre a música popular e os artefatos midiáticos” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006). Inicialmente a noção de canção refere-se à “capacidade humana de transformar uma série de conteúdos culturais em peças que configuram letra e melodia” (ibid., 2006), mas na canção popular massiva implica-se também uma interação tensiva entre a criação e sua configuração como produto midiático.

Janotti Jr. destaca no trabalho do pesquisador Eliseo Verón (1996) a referência de que “os objetos culturais pressupõem condições materiais e simbólicas necessárias à confecção e à partilha dos valores por parte dos atores envolvidos nos processos de produção e consumo desses objetos” (JANOTTI JR., 2005). É devido a esta natureza material de manifestação do discurso que acontece as relações sociais de troca, consumo, apropriação e comunicação.

Em complemento, ao consumir uma canção participa-se de um “sistema simbólico”. A produção de sentido não se resume à estrutura interna do produto, ou ao seu conteúdo, esta associa-se à configurações midiáticas. Com isso estão presentes determinadas representações a que o produto consumido está submetido e as restrições interpretativas em que este está imerso.

Ao participar de experiências musicais entra-se em contato com essas representações, constrói-se um ato de identificação cultural com compartilhamentos, afinidades e identidades. Para tornar possível este processo, e para possibilitar o alcance ao maior número de “consumidores”, o cenário da música popular massiva passa por uma ordenação, com regras que buscam organizar a circulação e armazenamento do amplo universo de ofertas musicais.

³ Álbuns em vinil ou CDs, CDs com faixas multimídia ou arquivos digitais disponibilizados para *download* na internet, com ou sem a mediação de gravadoras, por exemplo, implicam em diferentes relações de consumo que muitas vezes já são configuradas na instância da produção.

⁴ “No processo de armazenamento de áudio, mixagem é o balanço dos volumes e frequência de cada instrumento ou voz que foi previamente gravado”. Fonte: *Wikipedia, enciclopédia livre*.

⁵ “A configuração da canção em seus aspectos midiáticos está atrelada à própria capacidade de armazenamento dos primeiros LPs de 48 rotações por minuto, que só reproduziam canções de no máximo 3 minutos, padrão que acabou servindo de referência para as rádios e os ouvintes mesmo após a ampliação da capacidade de armazenamento dos artefatos midiáticos.” (JANOTTI JR., 2006b).

O consumo é uma prática que só se torna possível sustentada por um sistema classificatório onde objetos, produtos, serviços são parte de um jogo de organização coletiva da visão de mundo na qual coisas e pessoas em reatamento recíproco instauram a significação. (ROCHA, 2000, p. 19).

Neste caso, como qualquer outro objeto de consumo, os produtos musicais são divididos em categorias de classificação, as quais possibilitam obterem-se informações das representações envolvidas. A divisão do cenário musical em gêneros orienta não só a indústria, como o consumo e a expectativa dos consumidores.

No entanto, ao passo que as classificações de gênero são inerentes à música popular massiva, torna-se difícil a sua delimitação e há alguns aspectos em jogo tanto na produção quanto na circulação e consumo desses produtos. A seguir buscaremos compreender a dimensão midiática da produção de sentido das canções, através dos conceitos de “performance” e “gênero”, constando a configuração dos gêneros musicais e as suas atualizações.

1.2 MÚSICA E PERFORMANCE

Tendo como pressuposto a proposta de que “ao analisar a produção de sentido (...) é fundamental atentar para o corpo do produto, da música, do músico e dos ouvintes potenciais” (JANOTTI JR., 2005), abordaremos a noção de performance na música popular massiva.

A idéia de performance engloba 1) o reconhecimento das expressões musicais de gênero, 2) a emergência de uma tensão entre os traços genéricos e a configuração desses traços em uma canção específica, 3) a implicação de um corpo como estratégia textual inscrita nos aspectos rítmicos da canção. Desse modo, mesmo que de modo virtual, a noção de performance está baseada na idéia de que a análise da música popular massiva pressupõe um processo comunicacional que se vale de certas regras formais e ritualizações partilhadas por produtores, músicos, críticos e audiência, direcionando certas experiências frente aos diversos gêneros musicais da cultura contemporânea. (JANNOTTI JR., 2005)

Compreende-se, então, que a performance abrange elementos do contexto cultural em que a produção se insere, um fenômeno relacionado para além do campo da produção. Estão em jogo “os traços performativos como a entonação, o movimento, a situação e a ambientação em que a canção se apresenta” (JANOTTI JR., 2004).

No senso comum, *performance* é associada freqüentemente a intervenções artísticas, atos performáticos. Na música popular massiva é ligada à situação de show ao vivo, com interações entre platéia e músicos, em influência mútua. Até nestas performances, com produção e recepção no mesmo espaço e tempo, há elementos previamente planejados.

A performance dos músicos é medida pelo aparato tecnológico de execução, do microfone ao sistema de som. Há ainda as canções, pois são compostas em momento anterior e os roteiros e marcações ensaiados. Mesmo a platéia irá *performatar* um espetáculo de acordo com as convenções de comportamento indexadas pelo gênero musical em questão, seja em danças, emissões sonoras, entre outros.

Interessa-nos aqui a *performance midiaticizada*, que está inscrita nos produtos dos gêneros musicais e suas canções, especificamente o CD. Buscamos localizar as estratégias de convenções de performance que estão configuradas no processo auditivo. Neste sentido “ouvir música popular não é apenas ouvir uma performance, mais além, ouvir em si é uma performance” (FRITH, 1998, p.203).

Com a gravação magnética e o sistema de multicanais⁶, o processo de “gravação em estúdio não é somente o registro de uma sonoridade anterior e original (a da performance ao vivo), mas sim um processo de criação musical, com sua própria estética, valores e referências” (PEREIRA DE SÁ, 2006, p.8). Destaca-se que com os processos atuais de gravação o aparato midiático possibilita a realização de performances com diversos *takes*, edições e ajustes em estúdio, a fim de atingir o objetivo considerado ideal e agregar outros sentidos.

O ordenamento das faixas, a presença das letras das canções no encarte, o uso (ou não) de fotos dos integrantes das bandas, os temas dessas fotos, a forma como aparecem as imagens, abrangendo gestual, figurino e as demais intervenções gráficas que compõem os álbuns⁷ também são considerados indexadores da performance, assim como a relação entre as sonoridades das bandas e os leques de gêneros que são agenciados por elas. Ao analisar a performance midiática das coletâneas da *Putumayo* pretendemos compreender o endereçamento do produto, e conseqüentemente a produção de certos sentidos através de seus aspectos semióticos, sociais e ideológicos.

⁶ Gravação multicanais ou *multitrack* é um método de gravação que permite gravar de forma separada inúmeras fontes de som (instrumentos, vozes ou efeitos) com o objetivo de criar um conjunto sonoro. Desta forma permite-se a edição e manipulação de cada canal (faixa) isoladamente, sem precisar alterar toda a canção. Este é atualmente o método mais comum de gravação.

⁷ Compreende-se como álbum aqui o conjunto das canções, parte gráfica e ficha técnicas lançado como obra fonográfica.

Os padrões performáticos da música popular massiva estão diretamente conectados ao universo dos gêneros. Do mesmo modo que uma canção é ao mesmo tempo a música e sua respectiva performance, a audiência não consome somente as sonoridades, bem como a performance virtual inscrita nos gêneros.

1.3 MÚSICA E CLASSIFICAÇÃO

A noção de gênero remete à idéia de classificação textual, normativa, e vem tendo destaque como operador analítico no campo da comunicação, em especial para uma compreensão mais ampla dos fenômenos midiáticos. Adotar o conceito para o campo da música requer atenção no que diz respeito às discussões de pertinência e limitações do uso de classificações ou rotulações nas experiências musicais, devido ao seu caráter imaterial e híbrido.

A dificuldade em delimitar ocorre porque cada produto musical, ao passo que afirma características do gênero ao qual se inscreve, também alarga fronteiras desse gênero mobilizando elementos de uma maneira singular. Mapear e fazer conexões entre determinados, sons, ritmos e artistas, ou ainda identificar semelhanças entre eles, é uma tarefa que envolve aspectos além dos formais, compreende-se que “uma teoria dos gêneros musicais não precisa ser necessariamente normativa” (FABRI, 2006).

Nesta perspectiva, sobretudo no campo da música popular massiva, as questões formais não são sempre determinantes. A classificação através de gêneros musicais abarca “uma complexa intersecção entre forças musicais, de mercado e de ideologia” (FRITH, 1998, p.84).

Para Fabri (2006) as normas de cada gênero “estão submetidas a um processo de negociação permanente do qual participam os diferentes componentes da comunidade que se hierarquizam segundo as respectivas ideologias” (ibid.). Essa comunidade é formada da cadeia de produção à de recepção, são os músicos, compositores, ouvintes, críticos e, claro, as esferas econômicas (gravadoras, selos, lojistas, produtores culturais, emissoras de rádio, etc.).

O autor afirma ainda que os gêneros emergem normalmente de três formas: (1) como “reconhecimento ou codificação de práticas existentes”, (2) em oposição a gêneros já existentes, ou (3) da articulação em subgêneros (FABBRI, 2006). As rotulações podem

acontecer a partir do público e dos músicos, que tendem a assumir uma postura ideológica que implica numa visão bastante crítica quanto à legitimidade e a precisão das classificações.

Já as classificações no âmbito das “instituições econômicas”, como rádio, imprensa e gravadoras, os gêneros tendem a incorporar rotulações que, em termos mercadológicos, facilitem a identificação da música. Para entender como opera o reconhecimento desses gêneros na sociedade e como ele é processado é possível estabelecer alguns parâmetros.

Compreendendo o mapeamento de Franco Fabbri (2006 e 1982 apud FRITH, 1998) e Jeder Janotti Jr. (2006 e 2003) para algumas operações constantes na atividade de classificação genérica, podemos apreender três regras: (A) *regras técnicas e formais*, que envolvem a opção por um determinado andamento, volume sonoro, o leque de timbres, técnicas de execução; (B) *regras semióticas*, ligadas ao discurso e à comunicação, pois dizem respeito a “como a música funciona enquanto retórica, as formas como o sentido é convencionalizado” (FABRI apud FRITH, 1998, p. 91)⁸; e (C) *regras econômicas*, que abarcam “as relações de consumo (e os endereçamentos presentes nesse circuito) nos processos de produção, difusão e audição do produto musical” (JANOTTI JR., 2003, p.36).

Estas regras compreendem os gêneros musicais como "uma espiral que vai dos aspectos ligados ao campo da produção às estratégias de leitura inscritas nos produtos midiáticos" (JANOTTI JR., 2005). Todavia, as regras que compõem os gêneros musicais não fixam fronteiras, já que os gêneros estão em constante mutação⁹, são paradigmas dinâmicos.

De fato, as diferentes categorias nas quais, num momento dado, a sociedade divide seu universo musical, se influenciam mutuamente, num processo contínuo de repercussões recíprocas e seleção de elementos. E elas se transformam não apenas devido a essa influência mútua, mas também devido à sua dinâmica própria, baseada (...) na criatividade dos músicos, e além disso em fatores musicais e extra musicais de toda ordem. (SANDRONI, 2001).

Os gêneros, portanto, estão presentes para delimitar “as produções de sentido, demarcando a significação e os aspectos ideológicos dos textos, bem como o alcance comercial (e o público alvo) dos produtos midiáticos” (JANOTTI JR., 2005). Pela influência do mercado na produção musical e pela constante diversidade, interseção e troca de

⁸ Segundo Janotti Jr., estas regras também dão conta do estabelecimento, pela comunidade, de valores a partir de parâmetros como “autêntico em detrimento da música ‘cooptada’, do modo como as expressões musicais se referem a outras músicas” (2003a, p.36). A definição das regras do grupo B, por Janotti Jr., abrange aspectos sociais e, portanto, abarca o que Fabbri chama de *regras comportamentais e regras sociais e ideológicas* (FABBRI, 2006).

⁹ A pesquisadora Simone Pereira de Sá também considera as regras genéricas “provisórias, instáveis e flexíveis” (2007). Como Janotti Jr. (2005) adverte, desta forma só seria possível mapear na totalidade um gênero que já estivesse extinto.

elementos, a própria construção musical desafia constantemente os rótulos classificatórios, movendo fronteiras e criando subcategorias¹⁰.

1.3.1 Rótulos de Prateleira

A organização do consumo musical realizada pelas categorias de classificação aparece de forma bastante clara nos pontos de venda de discos, e agora nos sites dedicados a comercialização de músicas em formatos digitais. Nestes locais as ofertas estão ordenadas de acordo com as divisões mercadológicas.

Simon Frith (1998) argumenta que as rotulações não são partilhadas da mesma forma dentro de uma comunidade musical e nem são necessariamente claras e convincentes. Se compararmos o procedimento dos lojistas com os da indústria fonográfica e da imprensa percebe-se que os varejistas da música “não organizam sempre seu estoque da mesma maneira que as gravadoras organizam seus lançamentos” (ibid., p.77).

As classificações nas lojas visam facilitar a busca do produto pelo consumidor. Estas organizações não deixam de ser ambíguas e variam de acordo com a especialidade da loja. O ponto relevante é a presença nessas lojas do que podemos chamar *classificações de prateleira*, um critério que influencia nos gêneros e rótulos.

Ao expor CDs aos consumidores, os lojistas freqüentemente seguem a ordem alfabética por autor e criam subdivisões a partir de critérios como gêneros musicais (Pop-rock ou Rock; MPB, Jazz/Instrumental; Samba e Pagode; Forró, Axé-music etc.), gênero sexual (cantor ou cantora), ou cultura de origem (nacional, internacional ou *world music*), dentre outros.

Esta pode ser nossa apresentação à *World Music*, que nos permite perceber seu caráter guarda-chuva e heterogêneo, que classifica produções de etnia ou países diversos dentro de um só rótulo. “A *World Music* constitui uma afirmação dos lugares. Implica a reterritorialização do repertório ‘nacional’ antigo ou novo e sua reclassificação como *world music*” (NEGUS, 2006, p.280).

Nas lojas fora do país os álbuns de artistas brasileiros, considerados “rock”, “pop” ou “mpb” em território nacional são expostos na seção *World Music*, ou no máximo em uma

¹⁰ Um exemplo é a tendência de fusão de estilos, como no Brasil o “samba-rock”, “samba-reggae”, “mangue-beat” e mais recentemente o que pode ser classificado de “samba-rap”.

subseção deste rótulo especial para a música brasileira. Vale pontuar que o mesmo acontece no caso de shows no exterior, é uma tendência comum que estes artistas tenham este mesmo rótulo que é empregado pelos varejistas por promotores das apresentações fora do país.

1.4 *WORLD MUSIC* E OS GÊNEROS MUSICAIS

Apresentado o horizonte conceitual em torno da noção de gênero midiático, iremos agora compreender a sua aproximação com a *World Music*. Percebe-se que o gênero não deve ser entendido apenas como uma “qualidade narrativa”, mas um mecanismo de onde se obtém o reconhecimento e, a partir dele, uma chave de “decifração do sentido” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p.211). A divisão do universo musical em gêneros, através de um sistema classificatório, organiza o consumo e fornece elementos para a interpretação e circulação de sentidos pela sociedade.

A *World Music* está inserida na música popular massiva e, conseqüentemente, em suas lógicas de comercialização e produção. Classificar em gêneros ao mesmo tempo em que significa escolher, elegendo critérios e nomeando categorias, implica fazer referência à totalidade do universo musical, diferencia-lo ou compará-lo com expressões canônicas.

Conhecer aquilo que pertence propriamente a um indivíduo é ter diante de si a classificação ou a possibilidade de classificar o conjunto dos outros. A identidade e aquilo que a marca se definem pelo resíduo das diferenças. (FOUCALT, 2002 apud TROTTA, 2005).

Entendendo o sistema classificatório desta forma, como “uma operação de inclusão e exclusão, com base em uma análise ‘comparativa’ de semelhanças e diferenças entre elementos comuns” (TROTTA, 2005), pode-se entender a categorização das diferentes culturas em *World Music*. A indústria fonográfica e os produtores musicais classificaram por exclusão todo estilo musical ou cultura não reconhecido por eles, agrupados a partir dali em uma só classificação, a *música do mundo*.

Se o gênero musical “(...) é uma conversa silenciosa que acontece entre o consumidor, que sabe aparentemente o que quer, e o vendedor, que trabalha copiosamente para imaginar o padrão dinâmico dessas demandas” (FRITH, 1998, p. 77) pode entender-se a criação do termo

World Music em uma sociedade ávida pelo multiculturalismo, pela busca do exótico e do novo.

No entanto, “o processo de identificação com as simbologias características dos gêneros musicais passa pelo reconhecimento dos elementos musicais específicos de cada uma dessas práticas e também com os usos que cada uma dessas músicas demandam” (TROTТА, 2005). Estes reconhecimentos não são possíveis na *World Music*, pois esta agrega uma diversidade de elementos musicais e de usos.

Os gêneros musicais envolvem regras econômicas (direcionamento e apropriações culturais), regras semióticas (estratégias de produção de sentido inscritas nos produtos musicais) e regras técnicas e formais (que envolvem a produção e a recepção musical em sentido estrito). (JANOTTI, 2004).

A partir das regras com as quais acontece a classificação genérica, poderemos entender sob quais aspectos a *World Music* insere-se no campo dos gêneros musicais. No campo da *World Music* estão claro as convenções econômicas e semióticas que dão sentido ao termo, o que não está presente são os elementos técnicos e formais.

Mesmo com o estabelecimento do mercado da *World Music* é difícil defini-la, já que esta “não permite um argumento forte quanto à sua coerência e inovação, seja como um gênero ou categoria musical” (GOODWIN;GORE, 1990, p.66). E mesmo assim, como Goodwin e Gore apontam, é construída como um gênero: “(ela) tem seções próprias em lojas de CDs, revistas próprias, lojas e selos(...), festivais(...), canais de rádio e programas de televisão”, concluindo que a *World Music* “atualmente é institucionalizada na indústria da música e na mídia” (ibid., p.66).

Na música popular massiva existem outros termos “guarda-chuva” que englobam uma quantidade diversa de gêneros e subgêneros por terem uma conjunção de estratégias discursivas similares. Muitas vezes o que está presente é um complexo emaranhado de gêneros díspares, que disputam espaços entre eles, vendido como algo uniforme.

No entanto, em outros termos aglomerantes, apesar da variedade, o fator que agrega diversos gêneros e estilos sob um mesmo rótulo tem em algum ponto elementos musicais e de uso envolvidos. No caso da música eletrônica, por exemplo, o rótulo foi dado para referir-se a um tipo de música criada através do uso de equipamentos e instrumentos eletrônicos e consumida em boates ou *raves*¹¹.

¹¹ *Raves* são eventos de longa duração, que acontecem geralmente em locais longe dos centros urbanos.

Nesses rótulos o consumidor distingue as referências musicais e de usos envolvidas nestas práticas. Já na *World Music* uma determinada produção musical, enquadrada sob este termo, em seu país de origem não será apenas *música do mundo*, ela terá outros sentidos que não estão presentes na circulação mundial.

Entende-se, portanto, que a interpretação e os limites do rótulo *World Music* variam de acordo com o consumidor e que estas dimensões são determinadas não só a partir de lógicas mercadológicas, bem como sociais. Fica claro que esta categoria “diz-nos pouco sobre o que ela deve ‘conter’, e mais sobre as perspectivas de quem emprega o termo” (GUILBAULT, 2001, p. 178).

Musicalmente o ritmo é o principal elemento que demarca as classificações dos gêneros musicais. A “decifração do sentido” provocada pelo reconhecimento do gênero de uma composição musical se apóia no elemento rítmico – especificamente a “batida” – transformando este aspecto em um dos principais critérios de comparação que orientam a classificação musical.

Quando escutamos uma canção, a melodia, a letra ou o estilo do cantor permitem classifica-la num determinado gênero. Mas antes mesmo que tudo isso chegue aos nossos ouvidos, tal classificação já terá sido feita graças à batida que, precedendo o canto, nos faz mergulhar no sentido da canção e a ela literalmente *deu o tom*. (SANDRONI, 2001).

É justamente esta distinção que está ausente no vasto campo da *World Music*. Neste espaço, *reggae* deixa de ser *reggae*, *samba* não é mais *samba*, não existe padrão por ritmo, tudo passa a ser *música do mundo*. No entanto, “nem toda música feita no mundo, afinal de contas, é *world music*” (FRITH, 1998, p. 84).

Em qual estrutura conceitual eles são inseridos? A *World Music* pode ser abordada como um gênero que diz como deve ser entendido aquilo que é escutado? Qual a estética da sua música? Ao se falar em *World Music* não se fala de configurações rítmicas, melódicas ou de timbragem. Caracteriza-se, assim, um espaço que homogeneiza em um único “caldeirão” gêneros e formas musicais que não possuem, muitas vezes, qualquer signo comum.

Há alguns fatores para serem considerados em relação à *World Music*: (A) a rotulação acontece mais por conta de referências geográficas e sociais do que musicais; (B) há uma imensa variedade de estilos aglomeradas sob um mesmo termo e; (C) O rótulo possui um caráter mutável que inclui, ou não, gêneros de acordo com o receptor. A partir destes pontos não é possível entender a *World Music* como um gênero musical.

Compreenderemos aqui a *World Music* como um rótulo que possui suas estratégias mercadológicas e que, acima de tudo, traz inúmeras e complexas relações ideológicas, sociais e de poder. No próximo capítulo buscaremos entender melhor o contexto do surgimento deste termo “guarda-chuva”, os seus significados e como acontece sua comercialização e organização. Ou seja, compreender as lógicas e discursos que envolvem a *World Music*.

2. CRIAÇÃO DA MÚSICA DO MUNDO

As tentativas de definir o rótulo *World Music* foram sempre marcadas por tensões complexas e controvérsias. Dentre as suas diversas particularidades está a de ter um momento de origem preciso. Neste capítulo tentaremos entender como surgiu o termo, bem como o que o engloba.

Em meado dos anos 80, o DJ e músico texano Dan Del Santo cunhou o termo “*world beat*”, através do álbum de mesmo nome, com o intento de inaugurar uma categoria para “todas as *misturas, fusões*, músicas dançantes etno-pop, populismos *sincréticos e híbridos* musicais emergentes pelo mundo inteiro, particularmente dos centros urbanos” (FELD, 1995, p. 266). Em resumo, o termo denotou a “hibridização” da música de grupos urbanos pelo mundo aonde a música vinha de colaborações de várias fontes culturais.

O estilo musical tornou-se popular em centros urbanos dos EUA e foi um termo mais utilizado por ouvintes e artista do que pela indústria musical. Steven Feld (1995) analisa que os discursos ao redor da *World Music* e *world beat* começaram como categorias distintas, mas foram tornando-se semelhantes com o passar do tempo.

Dentro de poucos anos a indústria, através de um grupo de produtores e críticos ingleses, moldou a categoria *World Music*. Alterando-se o conceito original de *world beat*, o marketing da *World Music* veio a significar “música de origem e circulação não-ocidental, como também músicas de minorias dominadas dentro do mundo ocidental” (ibid., p. 266).

A criação do termo *World Music* ilustra bem os mecanismos que levam a indústria a criar mercados e nichos. Em 1987 um grupo inglês que representava gravadoras independentes, promotores de shows e programadores de rádio reuniu-se com objetivo de discutir estratégias de marketing para os seus produtos: músicas ao redor do mundo.

Entre as medidas tomadas estavam a de enviar fitas para imprensa e lojas, para promoção e venda, esta era intitulada “The World at One”¹² (*O mundo em um*) e continha

¹² Lançada através da NME, revista especializada em indie-rock. Foram distribuídas 1.500 fitas cassetes.

músicas de artistas das empresas envolvidas. O texto que acompanhava estas fitas deixa claro a intenção do grupo e, conseqüentemente, do rótulo que a partir de então seria usado.

A demanda para a gravação de artistas não-ocidentais está certamente crescendo. Aqui estão os problemas que os possíveis compradores de álbuns de World Music vão enfrentar: (...) não há aquele Cd na loja, ou mesmo uma seção identificável para procurar (...) Neste ponto todos aqueles com interesse em comprar desistem, e quem pode culpá-los?

Em resposta, representantes da maioria das gravadoras e selos independentes que trabalham com música internacional/raiz encontraram-se e concordaram em lançar uma campanha de WORLD MUSIC em outubro. Isto significa que o termo World Music será usado para tornar mais fácil encontrar aquele Cd de Kora do Mali, da música da Bulgária (...) a nova seção de World Music será o primeiro lugar à olhar (...). (ANDERSON, 2000)

O mês de outubro deste ano (1987) foi designado o mês da *World Music*. A escolha do termo também foi pensada, o objetivo era que incluísse a diversidade de sons representados pelas empresas do encontro. De acordo com Anderson (2000), jornalista e empresário de uma das gravadoras do *acordo*¹³, outros nomes foram sugeridos, como “Tropical Music”, “Ethnic Music”, “International Pop” e “Roots”, mas *World Music* parecia “incluir o máximo e omitir o mínimo”.

Anos depois Anderson disse que foram “os melhores £2.500 (sic) gastos em toda história da indústria musical e midiática” (1995, apud FAIRLEY, 2001, p. 278), referindo-se ao orçamento inicial do marketing da *World Music* definido no encontro. Como estratégia, o encontro planejou ainda apresentações ao vivo de bandas representadas pelas gravadoras, cartazes e catálogos para as lojas de discos e outros dispositivos de vendas.

Outros eventos marcaram este ano para estabelecer o rótulo no mercado, em especial na Inglaterra. Além de programas de rádio dedicados à *World Music*, foi o ano da turnê de “Graceland”¹⁴, álbum de Paul Simon no qual trabalhava com artistas sul-africanos, Peter Gabriel e o artista senegalês Youssou N’Dour fazendo turnê juntos.

Os dois últimos exemplos demonstram o interesse dos músicos consolidados no mercado em artistas e culturas “desconhecidas” da indústria fonográfica¹⁵. A ‘invenção’ do termo e do ‘rótulo’ da *música do mundo* para Perrone; Dunn (2001) pode ser considerada uma resposta mercadológica a vários fenômenos:

¹³ Ian Anderson gerenciava a Rogue Records. Outras dez gravadoras independentes inglesas estiveram envolvidas: Cooking Vinyl, Earthworks, Globestyle, Hannibal, Oval, Sterns, Triple Earth, Topic, WOMAD e World Circuit.

¹⁴ Gravado nos Estados Unidos e na África do Sul, o álbum foi vencedor do Grammy na categoria *Álbum do ano* em 1986 e vendeu 14 milhões de cópias. O disco chegou ao terceiro lugar nas paradas norte-americanas, e ficou no topo das paradas do Reino Unido e da África do Sul durante várias semanas.

¹⁵ Como estes encontros ajudam estabelecer (ou restabelecer) a visibilidade dos artistas envolvidos serão tratadas mais adiante.

1) *a decadência do rock como estilo de música predominante no mercado mundial.*

Após a hipertrofia sofrida pelo gênero, de meados dos anos 60 e durante toda a década de 70, o cenário do rock se deparou com a carência de ineditismo e com a busca descontrolada pelo apelo da adesão de um público já saturado. Fenômeno explicado pela série *Rhythms of the World*, da BBC da seguinte forma: “Durante o final dos anos 80, o rock e o pop tornaram-se incrivelmente previsíveis e nostálgicos, um *apetite* por *coisas* mais forte, então, surgiu” (apud. FRITH, 2000, p.307);

2) *a globalização econômica e a imigração;*

O intenso fluxo migratório presenciado nas últimas duas décadas pode sem dúvida ser identificado como um dos efeitos da globalização e do domínio econômico dos países desenvolvidos sobre as expectativas de futuro das populações dos países periféricos. Esse movimento populacional representou também uma crescente “pluralização” de culturas nos países de destino, os quais se viram desafiados a conviver e assimilar a multiplicidade cultural instalada;

3) *a difusão do discurso de "multiculturalismo" no Ocidente, com sua fascinação pelo "outro" ou pelo "exótico",* como conseqüência direta do motivo anterior, sendo esta a forma mais usual de assimilação e caracterização das culturas alheias. Tudo que é étnico, exótico ou regional surge como "autêntico" ou diferenciado;

4) *a formação de novos selos independentes ou subsidiários quase-independentes* que investiram neste mercado com a combinação de interesse econômico e interesse cultural sincero;

5) *a modernização dos meios de produção* nos países do chamado *Terceiro Mundo*.

As tecnologias digitais influenciaram o mercado musical mundial, em especial no fim dos anos 80 e durante a década de 90, permitindo não só que mais gravações surgissem fora dos grandes centros econômicos, mas que elas tivessem uma circulação maior e fossem mais facilmente adquiridas.

O rótulo *World Music* consolidou-se, e sobrepôs outros termos como *ethnipop*, *musique metissé* e *sono mondiale*, termo francês cunhado três anos antes na França por uma rádio. Segundo Sweeny (1991) o termo *World Music* estava em menos de três anos na indústria fonográfica dos Estados Unidos, Inglaterra e Europa ocidental.

Prova disso foi a criação da categoria na “parada de sucesso” da Billboard em 1990, “baseado no relatório de 40 revendedores, a lista da *World Music* elenca os 15 mais vendidos

álbuns deste gênero em crescimento”¹⁶. Se “não é sucesso enquanto não está na Billboard”¹⁷, a criação de uma lista para as vendas de *World Music* provam que comercialmente o rótulo já estava validado.

Do início, portanto, *World Music* descreveu o processo comercial no qual o som “de outros povos”, ou seja, “formas de músicas diversas ainda não classificadas em termos ocidentais” (FRITH, 2000, p. 305), eram vendidas aos compradores ingleses de discos. Anderson (2000) vai além e afirma que “talvez o único fator unificando todos esses termos da WORLD MUSIC é o empenho *apaixonado* de todos os indivíduos envolvidos pela música propriamente dita” (grifo nosso).

A idéia de engajamento com a música, citada por Anderson, é recorrente nos textos publicitários e relatos dos empresários envolvidos no cenário. De acordo com outro empresário de uma das gravadoras envolvidas: “as músicas só são escolhidas por nós se as ‘descobrimos’ (*dig*) pessoalmente” (MANDELSON apud FAIRLEY, 2001, p. 278).

O comentário retrata a forma idiossincrática como as gravações e as músicas licenciadas eram escolhidas. Esta deixa clara a estética subjetiva que tem a *World Music*, “temperada por relações coloniais e pós-coloniais e conexões e trajetos pessoais” (FAIRLEY, 2001, p. 280). O conhecimento e interesse dos agentes envolvidos com essas músicas até então “inclassificadas” somados a esta forma de escolha “eram características significativas do movimento da *World Music* na sua fase inicial” (FAIRLEY, 2001, p. 278).

De acordo com Frith (2000), um aspecto importante é que “como uma categoria ideológica, a *World Music* só pode ser compreendida por referência ao mundo do rock no qual ela emergiu” (ibid., p.306). Dentre os aspectos para tal referência, ele cita que as onze gravadoras envolvidas tinham um passado de envolvimento com o rock ou *folk* rock; o fato da fita de lançamento da *World Music* ter sido lançada por uma revista voltada para o rock e, por fim, diz que “como música ao vivo a *World Music* foi inicialmente (...) sustentada por festivais da WOMAD¹⁸, celebrações de música ao ar livre claramente inspiradas em eventos de rock similares”.

Um fenômeno que pode ser percebido desde o momento da criação do termo *World Music* é o estabelecimento de redes entre músicos, produtores e críticos, com o objetivo de divulgar e comercializar o rótulo. Segundo Fairley (2001), “o comércio da *World Music* é

¹⁶ Trecho do “Billboard Debuts World Music Album Chart” na Revista Billboard, n. 102, 19/05/1990.

¹⁷ Slogan da revista em suas propagandas.

¹⁸ *World of Music, Arts and Dance*.

desempenhado, principalmente, por pequenas gravadoras independentes e não por multinacionais”, daí o significado que as redes desempenham.

Na difusão da World Music, para o autor, o rádio desempenhou um papel essencial. Baseado nisso, a WMCE (*World Music Charts Europe*), criada por produtores de rádio da Europa, demonstra a importância das redes no estabelecimento do rótulo. Fundado em 1991, na Alemanha, uma comissão de produtores de rádio escolhe todo mês “as dez mais” da *World Music*. Outro exemplo, ainda mais claro, é a WOMAD (*World of Music, Arts and Dance*), rede de origem inglesa. Além de organizar festivais na Europa e em outras partes do mundo, é também um selo fonográfico.

Jowers (1993), no seu estudo da WOMAD, compreende essa rede como um ponto crucial para o desenvolvimento do “movimento da World Music” na Europa. Seja através da WOMAD ou da relação de outros festivais, produtores, gravadoras e revistas, a existência de redes é uma característica importante da *World Music* neste momento inicial, e vai continuar intrínseca na comercialização do rótulo nos anos seguintes.

Até esse momento o rótulo havia sido criado “apenas” para que “(...) as lojas tivessem seções onde as pessoas possam encontrar música internacional. (...) Não tendo validade como um termo de definição” (CALDERA, 2004), comenta Dan Storper fundador da *Putumayo Recors* em entrevista. No entanto, a *World Music*, como rótulo coringa, iria levantar discussões valiosas sobre imperialismo cultural e autenticidade.

2.1 VÁRIAS VOZES, UM SÓ MUNDO: O MUNDO DA *WORLD MUSIC*

Essa “história” da criação da *World Music* tem hoje *status* de mito, contada para mostrar que a própria idéia da *World Music* foi de afirmação da diferença ocidental, especificamente Anglo-Americana. Como Frith (2000) define “músicas anglo-americanas sendo protegidas da invasão de outros sons e músicas da periferia – não-ocidental – sendo atribuídas ao seu próprio eixo de mercado”. A referência de “mundo” que o rótulo aborda é definida em uma visão norte-ocidental, ou seja, geograficamente as músicas que passariam a ser rotuladas “do mundo” vêm de lugares fora do eixo anglo-americano.

Embora a categoria fosse criada, como vimos, para auxiliar na comercialização, as músicas e músicos que “deslizam” nesta rotulação não são categorizados por suas músicas,

mas por sua raça ou etnia. “Mesmo que façam nitidamente rock ou pop, a sua música é rotulada como world music se não são americanos ou ingleses”. (TAYLOR, 1997, p.19).

O que estas músicas têm em comum, o que elas representam através da apreensão do rótulo *World Music* não é que elas sejam a mesma coisa – cultural, étnica, lingüística ou mesmo sonoramente – mas é que elas sejam vistas e tratadas como “a mesma coisa”. Ou seja, é compreendida pela cultura dominante por exclusão, a música não-ocidental, o “outro”.

Ela refere-se a um *outro* que tem características específicas (FELD, 1995): que não tem origem no ocidente norte (Europa/América), que é exótico (não usual), sensual (relativo à dança), místico (referente às suas filosofias) e atraente, mas não é colocado em posição de igualdade e tem a necessidade de documentação. Com isso, os discursos sobre identidades são articulados principalmente entre primeiro e terceiro mundo.

Normalmente a música classificada aqui como “do mundo” além de ter origem fora do eixo anglo-americano, incluindo Canadá e Austrália, vem principalmente de países tropicais. E, de acordo com Guilbault (2001), como a atração pela *World Music* é “baseada nos usos de *batidas*, essencial na estética da música africana, o termo é usualmente associado para músicas da África e da diáspora africana”.

Com o tempo, no entanto, o termo tornou-se mais inclusivo, e passou a designar também a música de grupos minoritários da América, Ásia e Europa. Pode concluir-se, portanto, que a “*World Music* é um produto de populações lesadas, seja do terceiro mundo (...) ou de populações desfavorecidas de modo geral” (TAYLOR, 1997, p. 201). Compreendemos a *World Music*, então, englobando inúmeros fatores:

- (a) um senso de espaço geográfico, consistindo de territórios estáveis e delimitados;
- (b) um senso de cultura correspondente como homogêneo e pertencente à locais específicos;
- (c) uma noção de raça que vê-la em com características biológicas e musicais fixas; e
- (d) o senso de que todos participando neste fenômeno deve ser desfavorecidos – socialmente, economicamente, ou de outra forma – sejam eles africanos, membros da diáspora africana, ou minorias da Europa e das Américas. (GUILBAULT, 2001, p. 176)

Apesar da *World Music* não poder escapar de ser abordada a partir das relações de poder da indústria musical, ela não pode ser vista simplesmente como resultado do imperialismo cultural ou da dominação econômica, nem “deve ser encarada apenas como oposição ou emancipação” (GUILBAULT, 2001, p. 176) da música do mundo face à música ocidental. Veremos a seguir algumas perspectivas da *World Music*, nas quais estão inseridas relações de poder e território.

2.2 CONTROVÉRSIAS NA *WORLD MUSIC*: AS RELAÇÕES DE PODER

Entre as inúmeras questões surgidas com a produção, marketing, distribuição e consumo da *World Music*, uma das mais controversas é como as identidades locais, nacionais e raciais estão sendo definidas por ela. As preocupações recorrentes nesses discursos referem-se aos efeitos do chamado “imperialismo cultural” e da “hegemonia econômica” sobre as práticas sócias e musicais da *World Music*. Duas perspectivas são exploradas: de um lado a *World Music* ajudaria a perder a identidade das pessoas que ela busca definir, de outro ela propiciaria aos músicos do Terceiro Mundo divulgar as suas músicas.

Uma das perspectivas das relações inseridas na *World Music* diz que, ao incluir em um só rótulo uma infinidade de identidades, sons e culturas heterogêneas, a *World Music* provocaria a homogeneização destas diversidades. Para compreender de que forma este rótulo representaria uma nova forma de “imperialismo cultural”, entenderemos algumas questões acerca do termo.

As teorias de imperialismo cultural, as quais vêm sendo amplamente desenvolvidas e revistas desde os anos setenta, remetem à idéia que o primeiro mundo, sobretudo os Estados Unidos, exerce um tipo de monopólio cultural nas sociedades dos países “em desenvolvimento”. O crítico cultural Tunstall (1977) diz que “a tese do imperialismo cultural afirma que as culturas autênticas, tradicionais e locais, em grande parte do mundo, estão sendo substituídas por produtos comerciais e midiáticos, principalmente dos EUA”.

No campo da música, o imperialismo cultural estaria nas multinacionais e conglomerados de gravadoras, como Sony, EMI e BMG, que não só “impõem” a música anglo-americana ao resto do mundo, como “exploram” e “corrompem” as expressões culturais locais. Estas corporações teriam, nessa visão, se apropriado e de certa forma “contaminado” as culturas do terceiro mundo para integrá-los em uma economia global “exploradora”.

Sob esta perspectiva, a indústria fonográfica é vista como uma “força” que proporciona o imperialismo cultural. Assim, a *World Music* contribuiria para a homogeneização ao passo que provocaria o “abandono” das tradições musicais, e a sua desterritorialização, para atender interesses comerciais e inscrever-se nas lógicas norteadocidentais. Com isto, o que estaria em pauta é a disseminação de uma visão de mundo específica, construída através de determinadas estratégias de representação, que tornaria o discurso veiculado coerente.

Nesta visão, estabelece-se o risco da *World Music* perder a identidade e, por extensão, a identidade do sujeito que ela propôs representar, ao assimilar em um só viés ritmos e culturas diferentes. O crítico paraguaio Ticio Escobar (2000) propõe uma divisão acerca desse conceito de identidade tendo em vista as modificações que ele vem sofrendo nesse novo contexto de “sociedade global”. Enquanto a definição de identidade é atributo do centro; a “outreidade” seria qualidade da periferia.

Este esquema seria o arcabouço que nos permitiria, ainda, entender a *World Music* como uma versão do eixo principal, ou como sua diferença, sendo uma nova versão do exotismo de outras épocas. A *World Music*, portanto, estaria apoiada numa dicotomia, herdada do imperialismo, entre um “nós”, ocidente, e um “eles”, restante do mundo, o que pode ser interpretado como evidência de um *racismo* cultural. Como nos afirma Said (1999), “com o tempo, a cultura vem a ser associada, muitas vezes de forma agressiva, à nação ou ao Estado; isso ‘nos’ diferencia ‘deles’, quase sempre com algum grau de xenofobia” (ibid., p.280).

Enquanto a cultura européia, um século atrás, estava associada à presença de um homem branco diretamente dominante – e portanto, capaz de causar uma certa resistência – agora temos de acréscimo uma presença internacional dos meios de comunicação, a qual se insinua, muitas vezes em nível subliminar, num campo fantasticamente amplo. (SAID, 1999, p. 291)

Desta forma, para Said, a expressão “imperialismo cultural” ganha pertinência quando vista em uma perspectiva global. A *World Music* seria o resultado, então, de uma espécie de imperialismo epistemológico, o que propiciaria a “homogeneização”. Entende-se aqui a tendência a influências culturais, além de uma imposição de valores e hábitos de consumo, inscritas na comercialização destas “músicas do mundo” no ocidente.

Uma vez que entre “o Ocidente” e “o Resto” a direção do fluxo e as relações de poder são desequilibradas, pode parecer que a globalização, apesar de por definição afetar o mundo todo, seja essencialmente um fenômeno ocidental. Ao enfatizar a natureza desigual e hierarquizante da globalização, as relações de poder entre o Primeiro e o Terceiro Mundo, os centros e não-centros, articula-se a questão de *identidade* com a de *legitimidade*, ou seja, com o seu lado político. Entenderíamos aqui a *World Music* como a “chance de legitimação” a partir das margens.

As assimetrias entre centros e periferias e a voracidade da mercantilização cultural do capitalismo colocam a música que se inscreve com a etiqueta *World Music* num dissenso ou marginalidade produtiva, utilizando-a para tudo o que não é música do centro/eixo ou do

império. Como questiona Jean Franco (2000) sobre estas incorporações como mera diversificação do mercado, seguindo a corrosiva teoria do *simulacro de alteridade* tão ao gosto de Jean Baudrillard.

Uma das ansiedades acadêmicas: O “problema oculto” do imperialismo cultural, a suspeita de que o que a World Music realmente descreve é um duplo processo de exploração: músicos do terceiro mundo sendo tratados como matérias primas para serem transformados em mercadorias para o ocidente, e músicos do primeiro mundo (...) colocando novas vidas na sua própria música ao convidar artistas como Ladysmith Black Mambazo, Youssou N’Dour e Célia Cruz. (FRITH, 2000, p. 309)

Uma questão presente, e que reforça a idéia de exploração dos músicos e culturas que fazem parte da *World Music*, é as tensões que envolvem os licenciamentos e publicações dos produtos e obras do campo, em especial nas relações entre os artistas do “primeiro” e “terceiro” mundo. Este seria um problema crucial, já que, seguindo a idéia de Frith, a indústria fonográfica pode ser compreendida como uma indústria de direitos autorais, “dependente de regulação jurídica de propriedade e licenciamento de uma grande variedade de uso para as músicas” (FRITH, 2001, p. 33).

Para Guilbault (2001) “o conceito chave nessas controvérsias é o de apropriação” (ibid., p. 179), um termo que implicitamente sugere um confronto entre pessoas do primeiro e terceiro mundo e levanta questionamentos éticos e morais. Envolvem-se aqui diversos problemas: desde a adequação da música a padrões ocidentais, retirando elementos de uma canção sem se importar com os significados e identificações destes para o autor; ou utilizar indevidamente uma obra artística sem os devidos pagamentos de direitos e até a exploração dos músicos sem o devido pagamento.

Quando um músico ocidental apropria-se de músicas de outro lugar e as usa na sua música, ou até quando trabalha com músicos não-ocidentais, a velha estrutura de subordinação colonial é geralmente reproduzidas nesta nova música, no entanto de maneiras tão complexas que precisam ser analisadas cuidadosamente. (TAYLOR, 1997, p.40)

Neste caso, apropriação é raramente “apenas” apropriação, carregando inúmeras implicações. Como considera Feld (1995), a “apropriação musical canta uma linha dupla com uma só voz”, uma dessas linhas, para o autor, seria a admiração e respeito, a outra a apropriação.

Esta consideração pode ser vista na exemplificação de Taylor (1997) sobre o músico Peter Gabriel, que ao passo que divulga sua atração por músicas de “outras” culturas e tenta

tratar estes “outros” (músicos e músicas) igualmente e com respeito, beneficia-se ao mesmo tempo da sua posição de “ocidental”.

O ocidente – incluindo os músicos ocidentais – agora permite aos outros uma cultura, mas é uma cultura no sentido antropológico¹⁹. (...) Esta cultura do outro são culturas naturais, e naturalizando a cultura significa que ela pode ser tomada. (...) Peter Gabriel pode utilizar uma gravação de dez ano sem indenização ou créditos aos músicos, mas se eles tentassem fazer o mesmo com a música de Gabriel, eles teriam que assegurar as permissões de direitos autorais. O sucesso da cultura antropológica é puramente semântico: ele rotula a suposta nulidade dos lugares e lugares que são percebidos para não ter alta cultura. (TAYLOR, 1997, p. 126)

Pode observar-se aqui o trabalho de Peter Gabriel, com o seu selo fonográfico *Real World*²⁰, ou de outros artistas como Paul Simon (no álbum *Graceland* e em outros trabalhos, como com a banda baiana Olodum); Ry Cooder (e o álbum *Buena Vista Social Club*), David Byrne (e o selo *Luaka Bop*), David Lindsey, entre tantos outros. Todos esses artistas através das suas atividades musicais despertam as questões sobre o local, o global, e claro, de imperialismo cultural.

Se de um lado eles exemplificam como os músicos do “primeiro mundo” podem trabalhar em parceria com os músicos do “terceiro mundo”, de outro eles demonstram como artistas internacionais, com contratos com gravadoras multinacionais, podem ser promovidos globalmente. Segundo Fairley (2001), “quem é local e global nesses casos é menos óbvio que pode parece à primeira vista” (ibid., p. 283).

Só é possível entender a *World Music* como resultado de exploração, homogeneização e de perda de identidade do grupo representado colocando estas músicas veiculadas a uma identidade subordinada. A partir da interpretação de “imperialismo cultural” como exploração e homogeneização ou uma imposição do ocidente, que influencia a produção dos países representados na *World Music*, podemos levantar algumas questões. É duvidosa a idéia de que o imperialismo cultural simplesmente suprime as culturas locais e as repõe, e que as únicas opções das culturas envolvidas são: ou deixa-se subjugar ou “erguer fortalezas” para evitar sua “incorporação” à modernidade norte-ocidental.

Os trabalhos citados acima podem ser descritos como o encontro entre músicos com reputação “global” e músicos “locais”, que são conhecidos apenas no mercado do seu território de origem. Segundo Fairley, nesses encontros os agentes engajam-se e fazem músicas juntos, é lançado um trabalho que satisfaz os dois. Seria assim, “uma narrativa de

¹⁹ A cultura antropológica, referida pelo autor, é congruente com a idéia de cultura de Said (1979), em que a cultura é construída organicamente inerente a indivíduos e grupos.

²⁰ Criado em 1989 por Peter Gabriel em parceria com a WOMAD, o selo é voltado para a “World Music”.

cooperação e respeito” (ibid., p. 283). Ao contrário do que faz parecer a idéia dos músicos de “terceiro mundo” sendo “usados” pelos artistas globais.

Guilbault (2001) compreende que normalmente os cenários de apropriação musical tendem a serem vistos como falta de ética pessoal dos músicos e envolvidos. Mas, como tem sido normalmente salientado, no entanto, “o imperialismo midiático não é perpetuado pelos músicos por conta própria, faz parte da hegemonia cultural do ocidente construída nas estruturas da indústria fonográfica mundial” (ibid., p.179).

Apontando para a hegemonia cultural e homogeneização através da influência cultural, o conceito de imperialismo cultural não dá conta de uma série de outros fenômenos que acontecem. Um ponto pode ser levantado contra esta interpretação: exemplos fornecidos por cidades brasileiras podem nos mostrar que o parceiro dessas trocas interculturais de música não precisa ser necessariamente os Estados Unidos, ou um país do primeiro mundo.

O caso da lambada, por exemplo, que teve início com a adoção, por parte de músicos paraenses, de ritmos das Antilhas Francesas (devidamente misturados com o carimbó local). Em São Luís, Maranhão, existe um circuito de bailes semelhante ao do funk carioca onde só se escuta o reggae jamaicano. O reggae, mesmo sem ser divulgado pelas gravadoras brasileiras (que lançam pouquíssimos discos do gênero) também faz enorme sucesso nas festas realizadas nos bairros mais pobres de Salvador. Existe, então, um imperialismo jamaicano? Ou um imperialismo antilhano?

É natural que ao analisar um rótulo que envolve relações claras de poder e distinção entre primeiro e terceiro mundo, as idéias de imperialismo cultural, dominação e apropriação venham à tona. Faz-se necessário uma análise crítica em torno delas, especificamente na *World Music*, e outras relações podem ser encontradas a partir destas leituras. No entanto, devemos deixar claro, como ressalta Frith (2000), que o conceito de imperialismo cultural não mais define e nem explica completamente essas atividades culturais.

Se o conceito de *World Music* serve para relacionar o primeiro com o terceiro mundo e, sobretudo, para entender esta relação, isto nos leva a outra perspectiva: cabe perguntar se esta poderia contribuir ou modificar a visão que o primeiro mundo tem sobre o terceiro. Pensando não só em termos musicais, mas também nos agentes sociais, pode-se pensar em um reconhecimento da diversidade cultural, ou seja, um contraponto do imperialismo cultural.

A *World Music* seria então uma oportunidade para os músicos oferecerem *resistência* às culturas e instituições dominantes anglo-americanas, podendo ser entendido como um “aspecto positivo” da comercialização da *World Music*, mesmo que esta diversidade possa ser apresentada por inúmeras vezes de forma distorcida. Há afirmações de que a *World Music*

contribuiu para a revitalização de certos gêneros locais e para o surgimento de novos empresários e músicos capazes de aproveitar a popularidade crescente do rótulo.

A *World Music* veicula uma mensagem básica de que a produção musical da humanidade não se limita apenas ao que se entende como música ocidental. Guilbault (2001) considera que a sua produção e comercialização pode ser interpretada como uma abertura para a “cultura do outro”, que viabilizaria a diminuição do racismo e intolerância. Neste aspecto, aponta que “muitos músicos envolvidos na World Music apresentam-se e são percebidos como ativistas sociais e políticos, um papel que eles preenchem como uma função das suas atividades” (ibid., p. 180).

No entanto, não pode entender-se que há de fato uma resistência e que a *World Music* seria uma resposta ao imperialismo cultural, já que como vimos ela está ligada às suas lógicas de produção e consumo. As trocas de produtos culturais, as interações e influências, estão presentes nesta sociedade globalizada e, portanto, na *World Music*.

Apresentamos aqui duas visões opostas, ambas formuladas em relações de poder e divisões territoriais. De um lado há importantes noções de apropriação e representação que devem ser levadas em conta, do outro uma perspectiva que coloca o músico da *World Music* também como agente e não só subordinado. Essas questões voltarão ao trabalho quando tratarmos da comercialização da música e os discursos nela inscritos.

O que está em jogo na *World Music*, e neste trabalho, não é a escolha da visão “pessimista” ou “otimista”, como queiramos chamar, é a relação entre elas. Ao passo que as identidades não estão sendo perdidas, não há também uma resistência à modernidade ou ao ocidente por parte das culturas englobadas na *World Music*.

Ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a *diferença* e com a mercantilização da etnia e da “alteridade”. Há, juntamente com o impacto do “global”, um novo interesse pelo “local” (HALL, 2001, p.77).

Se este interesse pelo local é novo, como Stuart Hall defende, isso nos traz a questão sobre a possibilidade do florescimento de um ‘gênero’ musical como “*World Music*” em um panorama outro que não o da globalização. Compreendendo que, como aponta Frith (2000) a preocupação acadêmica não deve ser mais a de “aplicar alguns desenvolvimentos de teorias gerais à música (o imperialismo cultural, por exemplo), mas a de entender o significado da *World Music* através da globalização” (ibid., p. 310), abordaremos a frente as identidades neste cenário “glocal”.

2.3 O GLOBAL E O LOCAL NA *WORLD MUSIC*: QUESTÕES DE IDENTIDADES

A tensão entre o global e o local é discutida na medida em que se evidenciam mudanças culturais que envolvem a globalização e a tentativa de definição identitária. Em uma medida os fluxos culturais entre nações e o consumismo global geram questionamentos em torno de práticas de homogeneização e fragmentação cultural, mas também criam possibilidades de identidades compartilhadas. Este embate, como vimos, manifesta-se na música, e é essa relação que iremos abordar neste tópico.

A identidade cultural envolve os “aspectos de nossas identidades que surgem de nosso ‘pertencimento’ a culturas étnicas, raciais, lingüísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais” (HALL, 2000, p. 8). Nação que pode ser entendida como uma “comunidade imaginada” (ibid.), uma “construção narrativa e encenada” (Canclini, 2005).

Hall posiciona estas identidades como um discurso questionando, assim, a idéia de que as identidades nacionais tenham sido alguma vez unificadas e homogêneas como fazem crer suas representações. Analisando os deslocamentos das identidades nacionais no século XX, o autor evidencia um complexo de processos e forças de mudança que, por conveniência, pode ser sintetizado sob o termo da globalização. Estes processos se inter-relacionam com o que autor discute como a localização das identidades no espaço e tempo simbólicos.

Não há como pensar numa identidade centrada de sujeito, nem de nação, com o processo de globalização cada vez mais efetivado, com as fronteiras de cada país cada vez mais invisíveis, com a convivência num mesmo território de variadas culturais que constantemente negociam seus valores. Neste contexto, “as nações modernas são, todas, híbridos culturais” (HALL, 2000, p.62).

Por muito tempo, acreditou-se (com argumentos muito parecidos com aqueles utilizados pela teoria apocalíptica da indústria cultural) que o mundo caminhava para a homogeneização definitiva. A idéia de que as culturas nacionais estão sendo homogeneizadas, como efeito da globalização, entende que as culturas “dominantes” irão substituir as culturas “locais”, destruindo as identidades nacionais.

Para Hall (2000), é mais provável que se “vá produzir, simultaneamente, novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’” (ibid., p.78). A compreensão de uma “ocidentalização”, já que a globalização é um processo desigual e, sobretudo, segue os fluxos

econômicos, é compreensível. No entanto, como vimos anteriormente, as trocas culturais acontecem, e sempre aconteceram, a globalização tem o efeito de deslocar as identidades de uma cultura nacional, modificá-las, mas não de extingui-las.

Apesar de músicas e músicos ao redor do mundo estarem influenciando e sendo influenciados há muito tempo, a globalização está possibilitando novas formas de criarem sons híbridos e identidade híbridas. A maneira como as interações culturais acontecem mudou com a modernidade e, com isso, mudou também as dinâmicas de representação e apropriação.

Para entender os efeitos sobre as identidades, podemos analisar o movimento e oscilação entre o que Robins (apud. HALL, 2000) chama de Tradição e Tradução. Tradição seria o movimento de tentar recuperar a “pureza” da cultura nacional, retornando a suas “raízes”. Por outro lado a Tradução, que refere-se a culturas interconectadas, que “retiram seus recursos de diferentes tradições culturais” (HALL, 2000, p. 88).

O conceito de hibridismo passa a ser aprofundado, portanto, na medida em que o conceito de globalização emerge e norteia fortemente o debate em torno das identidades e da relação tempo-espço. Ao passo que alguns consideram que a mistura entre diferentes culturas enfraqueceria as culturas “tradicionais” outros argumentam que este “hibridismo” produz novas formas e possibilita o novo.

Para Canclini (1997) é necessária uma nova forma de olhar estas interações entre o “massivo” e o tradicional dentro do processo de modernização, e não mais a premissa de substituição do primeiro pelo segundo. Ele supõe, ao contrário, a coexistência dos dois com um processo que o autor chama de “heterogeneidade multitemporal”.

Nem as identidades, nem as tradições são estáticas, as duas sofrem mudanças com novas circunstâncias e com a contínua interação entre as pessoas. Podemos entender que “as culturas híbridas constituem um dos diversos tipos de identidade distintivamente novos produzidos na era da modernidade tardia” (HALL, 2000, p. 89).

A globalização não parece estar produzindo o triunfo do “global” nem a persistência, em sua velha forma nacionalista, do “local”. Os deslocamentos ou os desvios da globalização mostram-se, afinal, mais variados e mais contraditórios que sugerem seus protagonistas ou seus oponentes. (HALL, 2000, p. 97)

Até agora examinamos a criação do rótulo *World Music* e alguns discursos que contribuíram para o seu crescimento e que provocaram discussões acerca do rótulo. É neste cenário de modificações e fenômenos diversos que um termo como a *World Music* pode existir. Musicalmente o rótulo reflete estes deslocamentos.

Neste contexto, a noção de hibridismo é inerente à *World Music*, e traz como consequência questões de autenticidade e diferenciação, que merecem destaque especial neste trabalho. Adiante entraremos no universo da *Putumayo Records* buscando compreender como alguns desses conceitos inserem-se na “música do mundo”, os discursos inscritos nos produtos e as demandas dos ouvintes.

3. VIAGEM NA *PUTUMAYO RECORDS*

Putumayo é um rio que nasce na Colômbia, passa pelo Equador e Peru até desaguar no Amazonas e que em 1993 ‘emprestou’ seu nome para a criação do selo *Putumayo Records*. O selo surgiu de uma loja de roupa especializada em artigos da América Latina. Dan Storper, o seu fundador, ao ver o interesse que as músicas que ambientavam a loja despertavam e o seu potencial de venda, criou um selo especializado em “música do mundo”.

Dan Storper é formado em estudos Latino-Americanos e era o responsável pela seleção das músicas, as quais conhecia em viagens. Portanto, a criação da *Putumayo* e a escolha das músicas que compunham o seu repertório, como em outros exemplos da história da *World Music*, têm como ponto marcante o engajamento e envolvimento pessoal dos agentes.

Em uma das coletâneas²¹ diz-se que: “a música é a linguagem mais universal” e argumenta: “apesar dos compositores serem da América do Norte e da Europa, eles compuseram melodias que mesclam culturas e saltam as fronteiras imaginárias, geográfica e políticas que se acredita que nos separam”. Terminando, “hoje em dia, cada vez mais e mais música de lugares distantes do mundo fazem seu caminho até nós oferecendo as oportunidades ilimitadas de expandir nossa visão e ‘devorarmos’ (*swallow*) o mundo. Ouça o disco e una-se a festa da humanidade”.

O engajamento característico, e que acentua o caráter “ideológico” do rótulo *World Music*, é percebido também em ações do selo. Para cada coletânea lançada é revertida parte das vendas para uma instituição não governamental ou entidade filantrópica²² que tenham laços com a música publicada e o país de origem. São trinta e oito organizações apoiadas pelo selo, todas elas voltadas para os países de “terceiro mundo” ou populações minoritárias, condizendo com o rótulo *World Music*.

²¹ Encarte da coletânea “World Instrumental Collection”, 1996.

²² No Brasil as entidades filiadas são: Projeto Axé (projeto apoiado por organizações internacionais e que trabalha com crianças em Salvador) e Instituto Rukha (destinada ao combate da violência), estas recebem parte das vendas de coletâneas com música brasileira.

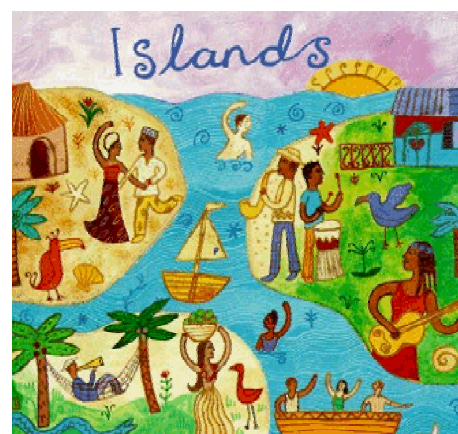
De acordo com o selo, “o compromisso de ajudar comunidades dos países de onde a música vem levou a Putumayo a contribuir com mais de meio milhão de dólares para organizações sem fins lucrativos em todo o mundo”²³. Fato é que “a retórica do poder gera com muita facilidade, quando exercida num cenário imperial, uma ilusão de benevolência” (SAID, 1999, p.18), e é nesse ponto de vista que a atuação do selo pode também ser analisada.

A *Putumayo* não produz discos inéditos, ela apenas licencia faixas de outras gravadoras para criar compilações, não possuindo contrato direto com nenhum músico. São cerca de duzentas coletâneas lançadas, licenciadas em mais de cem países e com mais de 3.500 revendedores nos Estados Unidos. Cada álbum lançado estima-se que venda mais de cem mil unidades (MARTINS, 2007).

Além da sede americana há um escritório na Alemanha, visto que a Europa e os EUA são os públicos alvos do selo (ibid., 2007). A *Putumayo* engloba ainda um programa de rádio veiculado em mais de 150 estações e uma divisão para crianças com Cds que buscam “apresentar as crianças a *outras* culturas”²⁴ (grifo nosso). Mais recentemente, criou o *Cumbacha*, selo associado que lançará artistas e álbuns individuais de *World Music*. Em 2006, o lucro da empresa foi de 24 milhões de dólares (MARTINS, 2007).

Para entender o que faz parte do catálogo da *Putumayo*, e quais as relações entre as músicas do selo, vamos problematizar “uma das metas” das suas compilações, a de “conectar o tradicional ao contemporâneo”²⁵. Em termos gráficos, esta fusão é representada através do design das capas dos Cds, com ilustrações coloridas e com menções ao folclore (“*estilo folclórico*”²⁶).

Todos os títulos da *Putumayo* têm ilustrações da artista plástica inglesa Nicola Heindl, que já se tornaram características do selo. Nestes desenhos estão presentes personagens com vestuários coloridos e paisagens que são caracteristicamente associados a “terras distantes”²⁷ (MITCHEL, 1993, p. 316). O texto de apresentação da coletânea *Islands* pode refletir a mensagem que o selo deseja passar com as imagens:



²³ Disponível em: <<http://www.putumayo.com/en/dan.html>>, acesso em 30 de setembro de 2007.

²⁴ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/about_us.php>, acesso em 30 de setembro de 2007.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ “*Far away places*”.

“boa música de ilhas tropicais exóticas”, ou “o que melhor define uma terra do que sua música, cheia de cores, ritmos e linguagens?”²⁸.

Para Mitchel (1993) em uma perspectiva pós-colonial, este tipo de discurso através de imagens pode ser lido não só como representativo da *música de fusão*, mas de uma visão estereotipada da representação do *outro*. Vamos fazer um panorama das características desta música de fusão e entender em um discurso global alguns questionamentos da estética da *World Music* e da sua relação com a música “ocidental”.

3.1 HIBRIDISMO CULTURAL: A MÚSICA NA *WORLD MUSIC*

Da perspectiva musical, a *World Music* é geralmente descrita como *música de fusão*, ou seja, a mistura da música moderna com a tradicional, o que implicitamente, ou explicitamente, é associado com música do primeiro e terceiro mundo, respectivamente. Enaltece, assim, o enlace do contemporâneo, considerado como a música ocidental moderna, e o tradicional, entendido como a música produzida nos países fora do eixo central.

Se “a estética da música popular moderna é a estética do híbrido, a estética do *crossover*, a estética da diáspora, a estética da crioulização” (HALL, 1991, p. 225), compreendemos a *World Music* como o som desta nova estética, resultado da pós-modernidade. Elementos significativos para refletirmos sobre processos de hibridização cultural presentes na música.

Os estudos sobre hibridismo modificaram o modo de falar sobre identidade, cultura, diferença, desigualdade, multiculturalismo e sobre pares organizadores dos conflitos nas ciências sociais: tradição-modernidade, norte-sul, local-global. Porque a questão do híbrido adquiriu ultimamente tanto peso se é uma característica antiga do desenvolvimento histórico? (CANCLINI, 1997, p.18)

O momento em que mais se estende a análise da hibridização a diversos processos culturais é, segundo Canclini, na década final do século XX. As novas tecnologias facilitaram este processo, o que reforça a idéia de que a globalização da cultura envolve hibridização. Ele conceitua hibridização como sendo “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas

²⁸ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/catalog_item.php?album_id=106>, acesso em 30 de setembro de 2007.

discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 1997, p.19).

Para Burke (2003), estes processos são particularmente óbvios no campo musical no caso de formas e gêneros híbridos como jazz, o reggae, a salsa. Embora considere que os processos de hibridização aconteçam na esfera econômica e social, o autor afirma que será na cultura que esta experiência de “interação cultural” será analisada mais profundamente.

Canclini (1997) critica a dicotomia usual entre o tradicional e o moderno, a “heterogeneidade multitemporal” pressupõe um diálogo entre as duas esferas e sua hibridação. Para ele dois processos têm espaço privilegiado dentro deste argumento: a desterritorialização e reterritorialização. O primeiro entende-se como “perda da relação ‘natural’ da cultura com os territórios geográficos e sociais” e o segundo com “certas realocações territoriais relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas” (ibid., p. 288).

O discurso da *World Music*, em termos geográficos, aparece na contramão destes processos ao afirmar territórios e nações como conjuntos homogêneos e fechados. A relação presente é a diferenciação da periferia a partir do centro. Neste sentido, Canclini quer que estas oposições entre um e outro sejam substituídas por uma visão que perceba as “economias cruzadas, os sistemas de significado que se intersectam e as personalidades fragmentadas” (ibid., p.292).

Isto nos permite entender a mistura como elemento intrínseco a qualquer processo cultural, em especial na modernidade, ou seja, todas as expressões artísticas são por princípio híbridas. O que torna, para Simone Sá (2007), a expressão *cultura híbrida* uma redundância. A autora entende que o hibridismo é “elemento fundador de qualquer processo de construção genérica” (ibid., p.5).

Alguns gêneros e/ou “movimentos” culturais e musicais assumem esta mistura como definidora de sua identidade (tal como o tropicalismo ou o movimento antropofágico brasileiro), outros utilizam como estratégia discursiva o esquecimento do momento de troca e mistura, acentuando em seu discurso as noções de estabilização e enraizamento para se legitimarem - como é o caso do samba. (ibid., p.5)

No caso da *World Music*, ao mesmo tempo em que é divulgada como uma “música de fusão”, colocando a mistura como principal característica, há um discurso forte de legitimidade a partir da tradição, da representação das nações através de manifestações

musicais “enraizadas”. Cabe, então, compreender a que se refere o “tradicional” e o “moderno” que afirmam ser características da música do rótulo *World Music*.

Para Mitchell (1993), esta junção do contemporâneo com o tradicional, aliados a uma lógica de mercado é o que diferencia a *música do mundo* da música folclórica e, por conseguinte do *folclorismo*. O tradicional, neste contexto, não pode ser entendido como folclórico. Ambas as categorias contêm estruturas que nos permitem estabelecer relações pertinentes entre o sistema sociocultural e determinadas manifestações do nicho musical, mas fazem parte de momentos e contêm relações distintas.

Por outro lado, que modernidade é essa? E quem é moderno? O tradicional dos “outros” já tem influências e o moderno, ao contrário do que as imagens e os discursos da *World Music* nos fazem crer, não está só associado ao primeiro mundo. O “som da periferia do mundo” tem influências das novas tecnologias e do mercado fonográfico igualmente.

Esta relação da música do “terceiro mundo” com o tradicional nos leva a outro discurso presente na *World Music*: o de autenticidade. Adiante procuraremos entender o conceito de autenticidade dentro do rótulo “música do mundo” e como este pode estar conexo com o hibridismo de sons. O que é autêntico na *World Music*? E qual a necessidade de autenticidade?

3.2 QUESTÕES DE AUTENTICIDADE

A busca do autêntico na *World Music* é uma redefinição do exótico de outros tempos. Segundo Frith (2000) estaria próximo da visão do outro como “mais natural que a civilização ocidental” (ibid., p. 308). Questiona-se, então, quem tem a demanda de ser autêntico e quem tem sua música rotulada como híbrida?

Paul Simon, Peter Gabriel e outros músicos ocidentais que trabalharam com músicos de outras partes do mundo (...) para ele ou sua música não são feitas demandas de autenticidade. (...) Músicos da margem da economia global, no entanto, têm demandas de autenticidade por parte dos ouvintes ocidentais, mesmo que estes músicos do terceiro mundo tenham crescido ouvindo as mesmas músicas populares que qualquer criança ocidental. (TAYLOR, 1997, p. 201)

As exigências de autenticidade no trabalho dos artistas rotulados de *World Music* foram abordadas por Angélique Kidjo²⁹ quando questionada por sua música ter uma estética diferente da pressuposta para África: “Tem um racismo cultural acontecendo quando pensam que músicos africanos têm que fazer certos tipos de música. Ninguém pergunta a Paul Simon, ‘Por que você trabalha com artistas africanos negros? Por que não trabalha com americanos?’ (...) Qual é a música que Paul Simon deve fazer?” (apud. TAYLOR, 1997, p.201)

Há estéticas pré-estabelecidas que “o exótico” deve possuir. Percebe-se que a necessidade de afirmação do “outro” como autêntico, neste caso tradicional, está conectada com a idéia de legitimação. Para Frith (2000), este discurso baseia-se na necessidade das gravadoras de *World Music* de qualificar o produto, oferecer a importância e prazer prometidos. A valoração das músicas do rótulo passa, então, pela sua autenticidade, por sua identificação com a sua identidade e “cultura nacional”. O autor afirma ainda que esta característica é encarada com naturalidade se voltarmos mais uma vez à origem da *World Music* no rock, proposta pelo autor. Frith argumenta que esta necessidade de afirmação entre o “musicalmente verdadeiro” e o “musicalmente falso” são reações condizentes ao gênero.

Esta equação do autêntico com o exótico levanta a questão do significado de “autenticidade”. A idéia do hibridismo desafia o conceito de autenticidade no que esta tem de ligação com o tradicional, como puro e intocado. Frith (2000) coloca duas posições, em primeiro lugar, questiona se existe “algo como forma musical autêntica”, de outro lado acredita que autenticidade na *World Music* “funciona como uma construção ideológica – uma construção de discurso comercial (e acadêmico)”.

Martín-Barbero (2003) na sua noção de “circularidade cultural” desconstrói a hipótese de análise baseada nas noções de origem e autenticidade dos fenômenos culturais, enfatizando que a impureza e as misturas são as normas desses processos. Compreendido desta forma toda expressão musical é autêntica, ao passo que tem a mesma base: a mistura.

As músicas “locais” são raramente culturalmente puras. A música popular dos países representados na *World Music*, mesmo com instrumentos tradicionais e ritmos locais, é moderna e já sofreu modificações. Frith (2000) vai além e afirma que “as tradições musicais só são preservadas com a inovação constante” (ibid., p.311). Ou seja, o impacto do mercado da *World Music* pode ser tão importante para a preservação das tradições musicais quanto acreditavam ser para a sua “destruição”.

²⁹ Cantora do Benin que tem um trabalho reconhecido por mistura de estilos, releituras e trabalhos com artistas “de fora” da África. Quatro vezes indicada ao Grammy, já trabalhou com artistas “pop” como Alicia Keys, Joss Stone e Peter Gabriel. Seu último trabalho foi produzido por Tony Visconti, produtor de David Bowie, Morrissey e outros.

Se para as gravadoras de World Music o conceito de autenticidade foi uma forma de condensar uma série de argumentos sobre como a música funciona e porque ela é importante, inspiradas nos ouvintes potenciais (...), então para os estudiosos de World Music hibridismo tornou-se uma forma de condensar um número de questionamentos sobre globalização e identidade (...). (FRITH, 2000, p. 310)

Entendidos alguns conceitos que permeiam a *World Music*, conheceremos mais profundamente, a seguir, o catálogo da *Putumayo Records*, identificando as lógicas de “condensação” de discursos do selo. E como pode ser entendido o “lema da empresa: ‘garantia de fazer *você* se sentir bem’”³⁰.

3.3 CATÁLOGO DA *PUTUMAYO RECORDS*

Um ponto importante ao analisar o catálogo da *Putumayo* é entender como as gravadoras de *World Music* posicionam-se no mercado para valorizar seus produtos e distinguir-se dos outros “nichos” musicais. Para isso, entendemos que a “World Music não é uma categoria de venda como qualquer outra, (...) as gravadoras reivindicam um determinado engajamento com a música que elas trabalham e prometem uma experiência diferenciada aos seus consumidores” (FRITH, 2000, p. 306).

Segundo Frith, as gravadoras de *World Music* trabalham para fazer o consumidor distinguir-se do consumidor comum, do *mainstream*³¹ do rock e do pop, para serem diferentes. Este discurso das gravadoras proposto pelo autor pode ser remetido mais uma vez à sua origem no rock. E, apesar de ter uma distribuição global, coloca-se aqui uma estratégia próxima da utilizada pelo *underground*³², que se posiciona a partir da “negação do seu ‘outro’ (o mainstream)” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006) e sua valoração “corresponde a uma partilha segmentada, que se contrapõe ao amplo consumo” (ibid.).

A *Putumayo Records* considera que atua em “mercados não-tradicionais” e que “grande parte do seu público-alvo é constituído por ‘criativos culturais’, um termo sociológico

³⁰ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/about_us.php>, acesso em 30 de setembro de 2007.

³¹ O termo *mainstream* é aplicado aqui como o “sistema de produção/circulação das grandes companhias musicais”, no qual as músicas possuem “fórmulas prontas e adequadas aos ditames do mercado cultural” (JANOTTI JR., 2006a).

³² Aqui *underground* refere-se ao “espaço de consumo segmentado” (JANOTTI JR., 2006a), que é usualmente “definido como ‘obra autêntica’, ‘longe do esquemão’, ‘produto não-comercial’” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006).

e estilo de vida de 50 milhões de norte-americanos e outros milhões ao redor do mundo”³³. Neste discurso percebe-se que apesar de posicionar os seus potenciais consumidores como diferenciados do “consumidor comum”, posiciona os seus produtos como de grande valor para um amplo mercado.

Os números e o termo citado pela *Putumayo* são do sociólogo Paul Ray e do psicólogo Sherry Anderson, no livro “Como 50 milhões de pessoas estão mudando o mundo”. O título já diz muito sobre a visão de engajamento e “estilo de vida alternativa” de uma parte da população “ocidental” a que o termo se refere. Ao utilizar o termo como referência para o seu público alvo, a *Putumayo* deixa claro a visão da *World Music* como uma música que ainda precisa de um nicho específico de mercado, como o campo possível para que artistas de terceiro mundo sejam ouvidos.

Para Fairley (2001) as gravações de *World Music* são vendidas como descobertas individuais e as gravadoras como descobridoras trazendo “pedras preciosas” para compartilhar com um público distinto. Além das músicas, são prometidas sensações e “prazeres”. Para valorizar as idéias de ineditismo e diferenciação contidas no fato de “cada coletânea incluir canções previamente indisponível fora do seu país de origem”³⁴, são necessárias algumas estratégias que posicionam o produto como diferente.

Estas estratégias de discurso das gravadoras de *World Music* podem produzir, de acordo com Carvalho (2004), efeitos contraproducentes que mostram que o rótulo serve para ‘cantar’ a diversidade somente dentro de uma estrutura de hierarquia social. O autor resume nos seguintes pontos: Exotização (turismo sonoro), Mal-entendido (descontextualização) e Encapsulamento dos Agentes Sociais. Adiante abordaremos alguns destes pontos dentro do contexto da *Putumayo Records* como discursos de valorização do produto.

Exotização – Turismo Sonoro

O interesse pelo exotismo pode não ser novo, ainda nos anos 50 os americanos impressionaram-se com Carmem Miranda e suas frutas e flores na cabeça. O que pode ser considerado novo é o entendimento das relações centro-periferia e a resignificação de categorias como moderno-tradicional. Para Frith (2000), os dois são “embalados” de forma diferente, atualmente há “maior respeito às qualidades formais e histórias locais”, no entanto o autor salienta que “o que está em oferta ao consumidor, o prazer musical prometido, não é tão diferente” (ibid., p. 308).

³³ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/about_us.php>, acesso em 03 de outubro de 2007.

³⁴ Disponível em: <<http://www.putumayo.com/en/dan.html>>, acesso em 03 de outubro de 2007.

Percebe-se nas coletâneas da *Putumayo* a tendência de ver os artistas, ritmos e canções (*eles*) com os traços de uma tradição fundamentalmente diferenciada da americana (*nós*) sem levar em consideração a real relevância social desta tradição nem sua adequação aos momentos atuais. Há a intensificação do exotismo com metáforas de ‘viagem’ e ‘turismo’, sentenças como “viaje o mundo com *Putumayo*”, “embarque nesta jornada ao redor do mundo”³⁵. Para Mitchell (1993) estas expressões configuram o ouvinte em uma espécie de “turismo sonoro”.

E este ‘turista’ não se interessa necessariamente pela história (contexto) da produção, acontecendo em certo modo um deslocamento geográfico sem profundidade histórica nas músicas que são apresentadas como tradições. Pode se perceber como presente também nas compilações a “metonimização”, isto é, a construção de visibilidade do todo por sua parte. A *Putumayo* constrói a idéia que aqueles artistas presentes na coletânea apresentam e representam ‘sua’ cultura e ‘seu’ país. Colocando a nação como algo homogeneizado.

Descontextualização

Por um lado, as músicas que fazem parte das coletâneas da *Putumayo Records* podem ter os seus significados e representações distorcidos. Como Erlmann (1996) sugere, em relação à produção de diferenças através da música, as práticas e os músicos da chamada *World Music* devem ser abordados na visão de “um mundo historicamente, socialmente e espacialmente interconectados” (ibid., p.165).

Ao publicar coletâneas com ritmos que supostamente devem representar uma cultura, em um veículo outro que não o original ou com uma pós-produção ocidental, observa-se um processo de descontextualização, realizando nos produtos musicais modificações tanto formal, como semântica e funcional. Nesta visão, “o mercado da arte (...) subordina as conotações locais das obras, convertendo-as em referências folclóricas secundárias de um discurso internacional homogeneizado.” (CANCLINI, 1999, p.167).

As músicas, quando nos álbuns da *Putumayo* e consumidas por um público diferente (*o do centro*) e em uma outra lógica mercadológica, passam a ter um uso diferente do ponto de vista estético, comercial e ideológico. As manifestações sonoras de qualquer região, através de sua descontextualização, estariam sendo “fagocitadas” tanto dentro de uma estrutura ideológica quanto de uma estrutura comercial. Nesta visão e discurso o menos

³⁵ Frases retiradas do encarte do DVD “Travel the World with Putumayo”, 2004.

importante seriam, portanto, os produtores dessas manifestações musicais, ou em que ‘contexto’ elas foram realizadas.

Encapsulamento dos Agentes Sociais

O catálogo da *Putumayo Records*, e em certa medida a *World Music*, ajuda para uma visão estática e reedificada da *cultura dos outros*. Esta idéia, apesar de se fazer parecer (implicitamente) verdadeira nos discursos de comercialização da *World Music*, não dá conta das culturas, mesmo que não fazem parte do centro, como influenciadas e alteradas para além da dicotomia *moderno X tradicional* que o catálogo nos faz crer.

Ao mesmo tempo a lógica da *World Music* ignora as mudanças que já aconteciam e permanecem acontecendo nestas culturas, elas colocam aqueles agentes sociais como estanques até o momento em que tiveram acesso ao mercado mundial. Esta visão tem sérios problemas já que o tradicional já é influenciado por diversos ritmos e culturas, e não pode ser visto como algo folclórico, no sentido mais fechado do termo.

As sociedades da periferia têm estado sempre abertas às influências culturais ocidentais e, agora, mais do que nunca. A idéia de que esses são lugares “fechados” – etnicamente puros, culturalmente tradicionais e intocados até ontem pelas rupturas da modernidade – é uma fantasia ocidental sobre a “alteridade”: uma “fantasia colonial” sobre a periferia, mantida pelo Ocidente, que tende a gostar de seus nativos apenas como “puros” e de seus lugares exóticos apenas como “intocados”. (HALL, 2001, p.79)

Como vimos, há uma série de fenômenos, em especial na música, que nos fazem crer na cultura como essencialmente híbrida, a ponto de contestar discursos que colocam o sujeito como estanque. Sob esta perspectiva, qual a leitura que deve ser feita da regravação do grupo de rap senegalês Tukuleur de uma música americana³⁶ e a utilizar como base, mas manter a conexão com seus ‘ancestrais’, ou suas culturas, através do dialeto e da temática particular? Ou ainda do encontro do cantor pop egípcio Hisham Abbas e a cantora indiana Jayashree em um clipe gravado pelo maior centro produtor de filmes fora dos E.U.A (*Bollywood*³⁷)?³⁸

Sob a perspectiva dessas estratégias, o que a *Putumayo Records* exhibe, ao mostrar a dita “diversidade cultural”, não é a música que o mundo produz, nem que o mundo quer exhibir, ela não está apresentando o Brasil, Senegal, Congo ou qualquer outro país. O que é

³⁶ A música *Africa* foi gravada originalmente no início dos anos 80 pelo grupo Toto e esteve nas paradas de sucesso da Billboard.

³⁷ Centro da produção cinematográfica na Índia, conhecido como Bollywood – junção de Mumbai e Hollywood. Este centro faz da Índia, juntamente com os Estados Unidos e Hong Kong, um dos principais pólos de produção cinematográfica mundial. Por ano chega-se a produzir mais filmes indianos que americanos. Fonte: *Wikipedia*.

³⁸ Ambos os trechos retirados das faixas do DVD “Travel the World With Putumayo”, 2004 (ver Anexo B).

comercializado, dessa forma, seria a visão da *Putumayo*, portanto uma visão americana, da música do mundo. A seguir entenderemos como está estruturado o catálogo do selo e como as culturas são representadas através das coletâneas.

3.3.1 A representação da *World Music* nas coletâneas

A arte gráfica das capas é uma característica marcante da *Putumayo Records*. Para o selo, ao combinar “música e visual atraente com uma criativa forma de revenda”, eles têm criado “uma identidade única, raridade na indústria musical atual”³⁹. As capas, encartes⁴⁰ e textos das coletâneas expressam bem os discursos contidos por trás do rótulo *World Music*.

Traçar a rotulação de uma canção ou de um álbum envolve localizar diferentes estratégias comunicacionais que envolvem as convenções sonoras (o que se ouve), as convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), as convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores são “incorporados” e “excorporados” em determinadas expressões musicais). (JANOTTI, JR., 2005)

Mitchel (1993) afirma que simbolizar “o outro” e a mistura entre o “tradicional” e o “moderno” é uma prática recorrente nas capas dos lançamentos da *World Music*. Segundo o autor, nesses álbuns os artistas de *World Music* usualmente são mostrados na capa com seus instrumentos, ou com vestimentas ocidentais e na parte interna do encarte são apresentados os elementos que o diferenciam: vestuários, paisagens ou elementos míticos.

No caso da *Putumayo*, são os desenhos da artista Nicola Heindl que têm o objetivo de “capturar as culturas representadas em cada álbum”⁴¹. A arte das capas tem em comum desenhos com linhas simples e muitas cores, além de representações de “cenas vivas”⁴². Os cenários e personagens são, portanto, representações do “outro” exótico, com representações de cenas “não usuais”. Seja nos vestuários ou nas paisagens das “terras distantes” (MITCHEL, 1993) com vilas e animais; nas danças sensuais e festivas ou ainda nos símbolos míticos que fazem parte do imaginário das culturas “desenhadas” das coletâneas.

³⁹ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/about_us.php>, acesso em 03 de outubro de 2007.

⁴⁰ Trata-se por encarte aqui o material impresso que acompanha o Cd na composição de um álbum.

⁴¹ Disponível em: <<http://www.putumayo.com/en/nicola.html>>, acesso em 03 de outubro de 2007.

⁴² *Ibid.*



Figura 2: Capas das coletâneas: *Republica Dominicana*; *Baila* e *Africa*

Os encartes das coletâneas da *Putumayo*, e em geral nas demais publicações de *World Music*, são importantes no consumo da “música do mundo”, contendo sempre explicações e descrições. Segundo Frith (2000), a comercialização do rótulo faz parecer que “uma boa apreciação da música pressupõe (...) conhecimento” (ibid., p.307). Neste ponto o autor acredita que o discurso da *World Music* remete a “ideologia de colecionar”, ou seja, a “obsessão pelo fato, busca pelo original, por uma hierarquia de peritos”. Frith afirma que esta ideologia, comum em alguns gêneros, proporciona ao rótulo seu nicho de mercado diferenciado e tem sido uma rota pela qual as “músicas do mundo” são apropriadas pelos europeus e americanos.

Os livros que acompanham os álbuns da *Putumayo* têm geralmente entre quinze e vinte páginas e podem ser entendidos como um roteiro que busca explicar como aquelas músicas devem ser consumidas. Em todos eles há um texto de apresentação da coletânea sobre o tema, ritmo ou região de origem das músicas. Em seguida páginas individuais com a biografia de cada artista participante da coletânea, com foto e país de origem. Nesse texto sobre os artistas há explicações sobre suas raízes culturais, étnicas e geográficas.

Outro ponto importante é a tradução de todos os textos em três línguas: inglês, francês e espanhol. Por questões legais, já que o selo trabalha com licenciamento de canções de outras gravadoras, só há trechos das letras das músicas. Estes também são traduzidos e “fornecem ao ouvinte uma idéia do assunto da canção”⁴³. Por fim, há no encarte a ficha técnica com os dados dos fonogramas originais das músicas e, caso parte da renda esteja sendo doada, há informações sobre a organização e a população beneficiada.

Na contracapa do álbum há sempre um “slogan” da coletânea que resume ao ouvinte o tema ou a cultura representada e, geralmente, o que a torna diferente. Logo depois a lista das músicas com o nome do artista e logo ao lado o país de origem, se não for uma coletânea baseada no som de um país específico. E novamente, as informações da instituição que

⁴³ Disponível em: <<http://www.putumayo.com/en/faq.php>>, acesso em 03 de outubro de 2007.

receberá parte das vendas das coletâneas aparecem. Todos esses elementos, além de explicar como devem ser entendidas as músicas, buscam atrair o ouvinte a esta “viagem pelo mundo através das músicas” com a “garantia de fazer *você* se sentir bem”.

Sendo a *Putumayo* um selo que não agencia diretamente artistas e nem efetua gravações, o processo de escolha dos temas e músicas é uma etapa importante. Esta pode, em certa medida, demonstrar não só a visão da *Putumayo* da música do mundo, mas até mesmo o que efetivamente caracteriza-se por *World Music* e quais são os interesses do consumidor do ocidente em relação à música do resto do mundo.

Há uma série de fatores que acarreta as decisões da Putumayo de quais compilações lançar. Nós tentamos selecionar temas que irão ter um atrativo amplo e que cubra uma área de interesse musical e cultural único. Nós também tentamos balancear os nossos lançamentos anuais com uma diversidade de títulos que cubram uma vasta gama de gêneros musicais. O objetivo da Putumayo é de introduzir as pessoas a outras culturas através das melodias e músicas ao redor do mundo.⁴⁴

Na *Putumayo*, para lançar um título primeiro escolhe-se o tema, ritmo ou região com o qual irão trabalhar. Depois o musicólogo Jacob Edgar, responsável pela divisão de “artistas e repertórios” (A&R) da empresa, inicia a coleta dos materiais a partir de músicas recebidas na *Putumayo* e artistas descobertos pela equipe do selo. Escolhem-se as músicas finais e são tratados dos direitos com as representantes dos artistas. A explicação deste processo ilustra a característica inicial da *World Music* como um campo em que se destaca o engajamento e o conhecimento pessoal, com escolhas e valorações subjetivas.

Para Frith (2000) é esse aspecto que diferencia o “*World Circuit*”, nome dado pelo autor ao campo de circulação da *World Music*, do mercado global pop. Ele afirma que o que está envolvido aqui é uma “comunidade” e que “sua autenticidade é garantida menos pela música que circula do que pela relação entre as pessoas (incluindo os músicos) que fazem a circulação” (ibid., p.320). Mais uma vez está em jogo a ligação pessoal, o engajamento e as criações de redes como marcante no mercado da *World Music*, suprimindo dentro do rótulo até as características musicais.

As coletâneas do selo são sempre baseadas: (A) em um ritmo, como tango, salsa, blues e reggae. Nessas compilações mostra-se a produção do gênero em diversos países; (B) em um país ou região, compilando o que o selo considera representativo do local; (C) em um tema, como as coletâneas *Christmas Around the World*, com músicas natalinas, e *Dreamland*, com

⁴⁴ Disponível em: <<http://www.putumayo.com/en/faq.php>>, acesso em 03 de outubro de 2007.

músicas de ninar, ou; (D) em conexões entre locais do globo e sua produção musical, seja por culturas ancestrais próximas ou ligações geográficas.

O catálogo da Putumayo é subdividido em algumas seções: África, Ásia, Blues, Brasil, Caribe/Reggae, Celta/Folk, Europa, Global, Groove, Latina, Louisiana, Lounge, Oriente Médio e Putumayo Kids. Além da amplitude e variedade percebidas, e representativas da *World Music*, alguns elementos podem ser observados. Ao contrário da maioria das gravadoras fonográficas que subdividem seu catálogo por gêneros (ou subgêneros) ou ainda por estilos, percebe-se aqui que a vertente principal de classificação é a origem da música.

O Brasil é o único país com subdivisão própria, as coletâneas dedicadas a outros países estão “homogeneizadas” dentro de territórios, seja por continentes (África, Ásia e Europa) ou regiões (Caribe – aqui ligado ao Reggae, Oriente Médio e o restante da América Latina). Outro ponto é a subdivisão para Louisiana, a única representação dos EUA no catálogo, muito possivelmente o lançamento de coletâneas voltadas para o estado deve-se a reconhecida influência negra na música de New Orleans, o que nos leva à conexão da *World Music* com a música da diáspora negra.

As coletâneas da subdivisão da Europa são ligadas às expressões latinas, com títulos como *Gypsy Groove* e *Rumba Flamenco*, ou ainda expressões do mediterrâneo, com Grécia e Turquia. Músicas e artistas do restante da Europa, bem como dos EUA só aparecem em outras coletâneas da subdivisão global em parceria com artistas de outros lugares. Ou nas suas conexões com a cultura Celta e com o *Folk*, consideras aqui “tradições ancestrais”⁴⁵ e “raízes da música rural”⁴⁶. Na divisão global também estão as outras coletâneas dedicadas aos ritmos que não tem categoria própria no selo e as compilações temáticas.

As coletâneas das seções *Groove* e *Lounge*⁴⁷ apontam para uma vertente recente da *World Music* de adicionar à sua música elementos eletrônicos. As canções nesta categoria fazem parte de um subgênero da música eletrônica conhecido como “ethno techno”⁴⁸. Trata-se, mais uma vez, de músicas de fusão que diferenciam-se por suas ligações com raízes étnicas distantes da civilização ocidental. Ou seja, como descreve o selo, “músicas para

⁴⁵ Texto de apresentação da coletânea *Celtic Crossroads*.

⁴⁶ Texto de apresentação da coletânea *American Folk*.

⁴⁷ Usualmente confundido como estilo, *Lounge* é um “lugar de descanso”, mas refere-se nesse caso ao subgênero da música eletrônica *Downtempo*, caracterizado por músicas para ouvir (contrapondo a característica da música eletrônica como dançante).

⁴⁸ Uma cartografia extensa dos gêneros e subgêneros da música eletrônica e uma explicação detalhada pode ser encontrada no Wikipédia <http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_electronic_music_genres>.

relaxar (*chill-out*) com um calmo sabor global”⁴⁹. Este fenômeno está sendo amplamente utilizado na música brasileira e veremos à frente alguns exemplos.

O catálogo da *Putumayo*, na sua organização, nas formas de escolha das coletâneas e, principalmente, nos elementos que acompanham o álbum, com os seus textos e imagens, diz-nos muito sobre como a *World Music* é comercializada, como são posicionadas as outras culturas e os interesses dos consumidores. Tendo estudado os sentidos por trás do rótulo *World Music* e suas implicações, escolhemos quatro coletâneas da *Putumayo* para analisar alguns dos tópicos presentes nos discursos da “música do mundo”.

⁴⁹ Disponível em: < http://www.putumayo.com/en/shop_catalog.php?category=44&submenu=S43>, acesso em 10 de outubro de 2007.

4. QUATRO CANTOS DA MÚSICA DO MUNDO

Antes de iniciar o estudo das coletâneas é necessário ressaltar que não pretendemos aqui realizar uma análise abrangente do álbum e das músicas, mas antes de tudo uma análise da relação entre elas, ou seja, da estruturação da compilação, identificando questões envolvidas nos discursos da *World Music*. Trata-se, portanto, do uso desses produtos midiáticos para ilustrar algumas das tensões do rótulo vistas anteriormente.

As quatro compilações escolhidas abrangem as maneiras da *Putumayo* de organizar seus lançamentos: dedicada a um ritmo, *World Reggae* (2004); organizada por tema, *Cover the World* (2003); por região (país), *Brazilian Groove* (2003) e fazendo conexões entre locais do globo, *Congo to Cuba* (2002). Em cada uma delas estabeleceremos relações específicas: serão abordados aspectos da rotulação na *World Music*, algumas questões sobre a identidade cultural, o lugar da música brasileira no mercado global e, por fim, as relações entre a “música do mundo” e o espaço do “atlântico negro”.

4.1 WORLD REGGAE: OS RITMOS NA WORLD MUSIC

As demarcações no campo da *World Music* no que diz respeito aos gêneros musicais são, como vimos, confusas. O rótulo pode incluir ou não determinadas expressões musicais e vários fatores influenciam nesta categorização. Um fenômeno comum dentro da *World Music* é a autonomia de certos ritmos que, se originalmente eram rotulados dentro do termo *coringa*, passam, com o reconhecimento e apropriação do ritmo por outras culturas, a configurar-se como gênero musical no mercado.

Certos ritmos transitam entre o mercado global, sendo “legitimados” sem precisar da rotulação de “música do mundo”, e em outras situações é colocado no mesmo “caldeirão” da

World Music. Nesses gêneros há o reconhecimento sonoro por parte do ouvinte, ele não precisará classificar por exclusão e colocá-lo sob a definição de música dos “outros”. Eles possuem também reconhecimento mercadológico, com lógicas próprias dentro da indústria fonográfica.

O exemplo⁵⁰ mais perceptível dessa variação é o reggae, ritmo jamaicano que com o passar dos anos influenciou a música anglo-americana e mundial, criando fusões e derivações. O estilo é comercializado como gênero musical ao redor do mundo, tendo seu próprio nicho de mercado com gravadoras e revistas especializadas, o que não impede que em determinados momentos seja inserido novamente sob o termo “música do mundo”. Através da coletânea *World Reggae* vamos tentar entender o que diferencia as músicas da compilação das outras músicas de reggae comercializadas fora do rótulo e quais as lógicas utilizadas para inseri-las dentro da categoria *World Music*, já que o reggae, segundo a *Putumayo*, é “um dos estilos musicais mais popular do mundo”⁵¹.

O reggae é um dos únicos ritmos a ter subdivisão própria na *Putumayo*, junto com as coletâneas voltadas para o gênero estão também compilações dedicadas à música caribenha, as quais o selo diz conter “os melhores ritmos desse paraíso ensolarado”⁵². Aparentemente, a idéia que se passa com a ênfase do catálogo e os textos da *Putumayo* é que neste caso o ritmo é que está dando reconhecimento para a região, os restantes estilos caribenhos estão agrupados com o reggae para esse “legitimar” as outras produções do local.

Apesar de estar na mesma seção do Caribe, os álbuns dedicados ao reggae buscam demonstrar seu alcance global, com expressões musicais do gênero nos mais diferentes locais. E aqui pode começar nossa análise da estruturação da coletânea *World Reggae*. O álbum tem doze faixas que foram escolhidas, segundo a *Putumayo*, para demonstrar “o impacto do reggae na música mundial”⁵³, nenhum artista da coletânea tem origem caribenha.

A primeira música da compilação é da banda francesa *Kana*. Na pequena biografia do encarte da coletânea dá-se destaque à formação da banda nas Ilhas Maurício (no oceano pacífico), onde o grupo gravou o primeiro Cd em um estúdio “no meio da plantação de cana de açúcar”, daí o nome da banda. A segunda faixa é o que a *Putumayo* classifica como um “reggae indiano”.

⁵⁰ Há outros gêneros que transitam entre as mesmas indefinições, em menor escala, como o tango e a salsa.

⁵¹ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/shop_catalog.php>, acesso em 10 de outubro de 2007.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/catalog_item.php?album_id=121>, acesso em 10 de outubro de 2007.

O cantor *Apache Indian* é inglês de descendência indiana e utiliza elementos da música desse país (especificamente o estilo tradicional *banghra*) com influências do som jamaicano. Percebe-se no estilo de cantar e música características do *dancehall* ou *ragga*⁵⁴. O título da música (*Oh Namah Shivaya*) é um mantra do hinduísmo (conjunto de tradições e religião indianas) e a temática da letra é característica do reggae jamaicano, que aborda usualmente assuntos espirituais e religiosos.

O cantor merece alguma atenção nesta análise. Inglês de nascença, o cantor tem forte influência e alcance no público jovem indiano. De acordo com Taylor (1998), quer seja reconhecido como um músico de *bhangra*, ou de *dancehall*, “ele foi o primeiro músico nessa comunidade a ajudar a promover e solidificar uma identidade unificada anglo-asiana” (ibid., p. 156). A sua posição no “colonizador”, em uma metrópole européia, pode fornecer a este músico uma perspectiva diferenciada da sua “terra ancestral”.

Taylor analisa longamente a forma como *Apache Indian* explora diversos “significados flutuantes”, e sugere que o músico inglês é essencialmente “um músico pós-moderno”. Essa definição, para o autor, não é apenas uma questão de estilo ou ironia, mas articula uma experiência única do “mundo pós-moderno”, seguindo as idéias de Stuart Hall. Nas palavras de Taylor: “as novas tecnologias e formas de produção musical permitem aos músicos ocupar diferentes posições em uma simultaneidade nunca antes possível; eles não movem-se de uma para outra, mas empregam e desempregam diversas ao mesmo tempo” (ibid., p. 160). Essas articulações identitárias serão vistas adiante como integrante dos sujeitos da *World Music*.

A canção seguinte da coletânea vem do grupo *Intik* e esta, junto com a sexta faixa da coletânea, que é do grupo *Gnawa Difusion*, demonstram, segundo a *Putumayo*, a “influência do reggae na música árabe”, mas algumas observações podem ser feitas sobre esta afirmação. Ambos os grupos têm origem argelina e são radicados na França. A música presente no álbum da banda *Intik* é um reggae cantado em francês e não há ali quaisquer marcas que se notem influências árabes ou africanas. A banda foi criada na Argélia e a convite de um festival foi apresentar-se na França, onde passou a residir.

Já a canção do *Gnawa Difusion* tem referências claras à música argelina, é cantada em árabe e mescla o reggae com o *Chaabi* (música tradicional do norte da África) e o *Gnawa*⁵⁵. A banda foi criada na França, tem membros franceses e descendentes de argelinos, e faz um som

⁵⁴ *Ragga* ou *Raggamuffin* é um subgênero do Reggae, caracteriza-se pela influência eletrônica (associado com o *dancehall*) e que nos 90 influenciou o hip hop.

⁵⁵ O termo *Gnawa* refere-se aos descendentes dos ex-escravos de diferentes países do Norte da África e mais tarde veio significar o estilo de música produzido por eles.

que mescla diversos gêneros, não só o reggae, com a música norte-africana. As formas de articulação da música neste caso estão próximas da experiência do cantor *Apache Indian*, como músicos da pós-modernidade.

A África está presente ainda na coletânea com músicas de artistas da Nigéria (*Majek Fashek*), Costa do Marfim (*Alpha Blondie*), Camarões (*Kaissa*) e Cabo Verde (*Maria de Barro*). À exceção da última cantora, os outros músicos são cantores auto-intitulados de reggae, e talvez sua diferença só esteja na inserção de dialetos próprios nas canções e sua localização geográfica. Maria de Barro é uma cantora com uma biografia *World Music*: sua música tem influência da *coladeira*, *morna* e *funaná*, ritmos cabo-verdeanos, além de ritmos latinos. Ela passou a infância em diversos países do oeste da África e adolescente mudou-se para os EUA.

A canção da cantora na coletânea é um exemplo da rotulação que pode ter diferentes significados a depender do receptor. Apesar da *Putumayo* não fazer nenhuma ressalva e apresentar a música apenas como reggae, esta em Cabo Verde será classificada de outras formas e muito dificilmente será identificada como reggae, a própria cantora não cita o gênero como influência no seu release⁵⁶. Estas diferenciações são usuais na *World Music*, já que esta coloca sob o mesmo rótulo uma vasta diversidade musical. Em outra coletânea⁵⁷ da *Putumayo*, também dedicada ao reggae, o Brasil é representado com uma música do Zeca Baleiro, que no país, apesar das suas inúmeras influências, é considerado um cantor de MPB.

Na coletânea *World Reggae* o Brasil é representado com outro cantor maranhense, *Ale Muniz*, que tem sua música apresentada pela *Putumayo* como “fusão de ritmos tradicionais do nordeste brasileiro com o reggae”. Ainda na América do Sul há o cantor *Cris Combette*, da Guiana Francesa, sua música é um reggae: temática (cultura *rastafari* e babilônia), forma de cantar, melodia, timbres de guitarra e teclado; influenciada pela maior expressão musical das Antilhas, o *Zouk*, ou será o oposto?

Outra faixa com exemplo de fusão entre o reggae e um ritmo local é a do cantor *Bernard Uedre*, das Nova-Caledônia (arquipélago de Ilhas no Pacífico, anexado à França). A música, nas programações de teclado e melodia, é uma *Kaneka*, gênero tradicional da ilha, e percebe-se influência do reggae (especificamente do “ragga”) nas intervenções de voz.

Há ainda na compilação uma faixa da banda *Más y Más*, outro exemplo de fusão, mas dessa vez sem estar atrelado a nenhum gênero tradicional, como nos outros exemplos. A banda é de origem anglo-hispânica e tem inúmeras influências: latina, flamenca, afro-cubana

⁵⁶ Disponível em: <<http://www.mariadebarros.com/bio/bio.asp>>, acesso em 12 de outubro de 2007.

⁵⁷ Na compilação *Reggae around the World* (1998).

e em algum momento reggae. É um som com inúmeras influências e de difícil territorialização, com ascendência próxima à música do cantor “francês” *Manu Chao*⁵⁸. Rotuladas, então, como “música de fusão” ou “música internacional”.

Descritas todas as faixas da compilação podemos fazer relações de alguns critérios perceptíveis que fazem com que estes músicos sejam classificados sob o rótulo *World Music* e, mais ainda, que estas canções sejam “música do mundo” e não simplesmente reggae. A primeira característica trata-se da *World Music* como música de fusão, “as faixas do World Reggae misturam (...) o reggae com influências locais para criar novas variações”⁵⁹.

Se a música é uma linguagem universal, então o reggae é o seu mais falado dialeto. (...) Não há praticamente qualquer canto da terra que não tenha sido influenciado por este estilo jamaicano. A batida do reggae encaixa-se muito bem na maioria dos outros estilos musicais e inúmeros artistas do mundo tem incorporado em sua música. Embora o reggae tenha um ritmo cativante que você pode dançar, a música por si só não é razão para sua popularidade no mundo inteiro. Reggae também tem sido há muito tempo uma ferramenta de inserção social e discurso político.⁶⁰

Para além do destaque à fusão de ritmos e da influência do reggae em outras culturas, nota-se o apelo do exótico e, conseqüentemente, do “turismo sonoro”. Todos os músicos da compilação têm origem, territorial e social, da *World Music*, representam o *outro* da África, América Latina, e como descreve o encarte do álbum “tem até reggae indiano”. Os representantes da Europa representam o exótico no ocidente: uma banda é destacada por sua criação nas Ilhas Maurício e outra por sua forte influência Latina.

Uma abordagem importante refere-se às identidades dos músicos da coletânea, que é característica quase que padrão na *World Music*. Como vimos, as articulações e influências desses sujeitos são muitas e há algumas relações presentes. Os artistas citados que têm na sua vida influências fortíssimas externas e convivem com uma série de outras culturas, além da maioria ser radicado no “primeiro mundo”.

Há outras implicações em uma articulação global, esses músicos têm, para além do que faz acreditar a designação de “outro”, “identidades transnacionais” que ultrapassam as barreiras impostas pela *World Music*. Para tratar desta terminologia e suas influências, passaremos à próxima análise.

⁵⁸ Cantor francês tem em suas influências o Punk e a música latina, com músicas cantadas em espanhol, galego, inglês, português e francês.

⁵⁹ Disponível em: <http://www.putumayo.com/en/catalog_item.php?album_id=121>, acesso em 10 de outubro de 2007.

⁶⁰ Texto de apresentação no encarte da coletânea.

4.2 COVER THE WORLD: IDENTIDADES TRANSNACIONAIS

A coletânea *Cover the World* pode ser considerada uma aproximação entre o *mainstream* (pop music) e a *World Music*. O álbum conta com doze regravações (*cover*) de músicas famosas do pop/rock por “artistas da *World Music*”. O texto de apresentação diz que “cada intérprete (...) traz sua bagagem cultural para sucessos ocidentais dos anos 60 aos 80”.

A primeira música do álbum é uma “versão flamenca” da música de *Lou Reed* “Walking on the Wild Side”⁶¹, que aqui tornou-se “El lado más bestia de la vida” e ganhou o violão e o *cajón*⁶². Presente no álbum de 1995 do cantor espanhol *Albert Pla*, a música é uma versão em espanhol, os personagens são diferentes da canção original, mas a temática, pela qual a música se tornou famosa, continua a mesma (*transsexualidade*, drogas, entre outros).

Logo depois uma releitura “alemã” para o sucesso de *Ray Charles*, “Hit the road Jack”. Mais uma vez para além de uma regravação é uma versão da música, dessa vez para o português (“Pé na Estrada”). Uma versão alemã em português porque *Mo’Horizons* é uma dupla de Djs alemães que trabalham com músicas latinas, especialmente brasileira. Na música eles trabalham com a cantora paulista, radicada na Alemanha, Leila Pantel e um percussionista chileno que reproduz algumas células de *maracatu*⁶³ na canção. A mistura de vocais e ritmos brasileiros com música eletrônica é uma tendência da música brasileira, especialmente na Europa, e abordaremos o assunto na análise da próxima coletânea.

A música seguinte, “In the air tonight”⁶⁴, é uma versão da banda senegalesa *Touré Kunda* para a canção de *Phil Collins*. Na música utiliza-se em alguns momentos o *Wolof* (dialeto tribal do Senegal) e caracteriza-se pelo uso da percussão, especificamente o *djembe*⁶⁵. A banda é formada por irmãos e radicada na França, uma de suas canções (“Africa Bamba”) foi gravada por Santana no premiado álbum *Supernatural*.

⁶¹ Música do segundo álbum solo de Lou Reed (*Transformer* – 1972) foi originalmente produzida por David Bowie.

⁶² Instrumento percussivo de origem flamenca.

⁶³ Maracatu é uma manifestação cultural da música folclórica pernambucana afro-brasileira. É formada por uma orquestra de percussão que acompanha um cortejo real. Como a maioria das manifestações populares do Brasil, é uma mistura das culturas indígena, africana e européia. Surgiu em meados do século XVIII.

⁶⁴ Uma das mais conhecidas músicas de Phil Collins foi lançada no álbum de 1981, “Face Value”, e foi o primeiro *single* da sua carreira solo.

⁶⁵ Instrumento de percussão africano, oriundo do oeste da África.

A quarta versão do disco é na verdade uma música de *rap* que utiliza a base melódica de uma música conhecida dos anos 80, “Afrika”, do grupo americano *Toto*⁶⁶. Apropriação comum no estilo, o uso de *samplers* e bases de outras músicas, a “diferença” aqui é que é uma dupla de jovens senegaleses, *Tukuleur*. A canção é cantada em francês com insertos de versos em *Fulah* (dialeto do oeste da África), o grupo diz que quer que nas suas músicas “as melodias africanas e o rap coexistam em harmonia”⁶⁷.

Na coletânea tem duas músicas com o coral sul-africano *Ladysmith Black Mambazo*, o grupo ficou internacionalmente conhecido na parceria com *Paul Simon* no álbum *Graceland*. Vencedor de dois prêmios Grammy⁶⁸, a banda faz versões na compilação da canção “People Get Ready” e “Ain’t no Sunshine”, na primeira com a cantora americana *Phoebe Snow* e na segunda com a inglesa *Des’Ree*. As duas músicas têm uma aproximação com o *gospel* e *soul*, características da música negra americana.

A canção seguinte representa a “minoridade dentro do ocidente”, a parte dos EUA que na *Putumayo* é classificada como *World Music*. É a versão da música “Higher and Higher”⁶⁹ pelo músico *Chris Ardoin* e sua banda. Originários de Louisiana, o grupo fez uma versão *Zydeco* da canção. Estilo de música folk de origem francófona (crioula) e que caracteriza-se pelo uso do acordeon e ritmo acelerado.

A sétima versão é da banda feminina *Les Go*, da Costa do Marfim, que fez uma versão para “I Can’t Go for that”⁷⁰, sucesso do início dos anos 80, na mesma estética da década a música mantém as programações de bateria e percussão, teclados e sintetizadores. Fora o refrão, que manteve-se da mesma maneira, a música mescla o francês com dialetos. A oitava canção é a versão da cantora do Benin *Angélique Kidjo* para o clássico de *Jimmi Hendrix* “Voodoo Child”⁷¹, com o tradicional *riff*⁷² de guitarra mais discreto a música baseia-se na fusão (vocais fortes e dialetos com programações), característica do trabalho da cantora, que voltaremos abordar mais a frente.

⁶⁶ Originalmente lançada no álbum *Toto IV* (1982) a música foi número um na parada da *Billboard* e o disco ganhou *Grammy* de álbum do ano.

⁶⁷ Disponível em: <<http://www.myspace.com/tukuleur>>, acesso em 20 de setembro de 2007.

⁶⁸ Um em 1988, logo após o trabalho com *Paul Simon*, por “Melhor gravação tradicional de Folk” e outro em 2005 como “Melhor disco de *World Music*”. Ao todo recebeu quinze nomeações.

⁶⁹ Música gravada pelo cantor de R&B americano *Jackie Wilson* no final dos anos 60, permaneceu doze semanas na parada da *Billboard*.

⁷⁰ Canção de 1981 foi gravada por *Daryl Hall* e *John Oates*, a música já ganhou inúmeras regravações, especialmente *samplers* por bandas de *Hip Hop* (*Notorius B.I.G*, *R Kelly*, *2 Live Crew*, entre outros).

⁷¹ Última faixa do disco *Electric Ladyland*, de 1968, a canção é famosa por sua guitarra com efeitos.

⁷² *Riff* é uma progressão de acordes, intervalos ou notas musicais, que são repetidas no contexto de uma música, formando a base ou acompanhamento. *Riffs* geralmente formam a base harmônica de músicas de *jazz*, *blues* e *rock*.

A música seguinte é o que a *Putumayo* chama de “versão hilária”⁷³ da canção “In the Summertime”⁷⁴, gravada pela banda *Fatal Mambo*, grupo francês de salsa. Há ainda o rapper *Yannick*, também francês, com uma versão de “December 1963 (Oh What a Night)”⁷⁵, o cantor fez uma versão da música, com batidas *dance (disco)*, inserções de rap e coro feminino (que remete a estética da música pop africana).

Por fim, a única canção da coletânea que não é de origem americana ou inglesa é a música de *Bob Marley* “No Woman, No Cry”, colocada aqui como um “pop-hit”. A versão da música é feita pelo grupo japonês *Nenes*, grupo feminino de Okinawa que tem origem na música tradicional. A canção é cantada em japonês, exceto o refrão, padrão comum nas releituras da compilação.

No encarte da coletânea tem informações das gravações originais de cada versão, com o álbum onde ela pode ser escutada, provavelmente para que a comparação possa ser feita. Toda coletânea gira em torno da excentricidade das versões, em frases como: “uma surpreendente coleção”; “as versões da coletânea não são novidades, mas inovadoras e atraentes traduções” ou “instrutivo para vislumbrar como uma cultura musical é percebida por *outro*”⁷⁶. Para além do exotismo de ter versões africanas e asiáticas, por fim, “híbridas” dessas músicas algumas observações podem ser feitas.

O primeiro aspecto a se ressaltar é que as músicas não foram gravadas especialmente para a coletânea, todas elas haviam sido lançadas pelos artistas em álbuns próprios. Este fato pode provocar duas visões, que mais uma vez lida com a tensão entre imperialismo cultural e hibridismo. Já tratamos neste trabalho do uso das músicas da *World Music* nos trabalhos de artistas do *mainstream* e quais as significações que este pode ter. No caminho oposto qual leitura pode se fazer dessas versões de artistas da *World Music* para músicas pop?

Facilmente estas experiências podem significar uma estratégia ou imposição para entrar nas lógicas mercadológicas ou a tendência de suprimir as culturas locais. Por outro lado, pode vir à tona o discurso de autenticidade, exigido aos músicos da *World Music*, que ressalta a tradição. O ponto que daremos destaque ao analisar a coletânea, mais do que distinguir diferenças entre a gravação original e as versões, é compreender como esses músicos se relacionam com as outras culturas, as suas formações identitárias que vão além da que comumente o rótulo *World Music* nos faz crer.

⁷³ Trecho do texto de apresentação do encarte.

⁷⁴ Canção gravada na década de 70 pela banda pop britânica Mungo Jerry, com o disco de mesmo nome vendeu quase 23 milhões de cópia.

⁷⁵ Gravada originalmente pelo grupo inglês The Four Season.

⁷⁶ Retiradas do texto de apresentação da coletânea.

Onde estaria o “imperialismo”, ou imposição, de uma banda japonesa gravar uma música de origem jamaicana? Há aqui relações de troca e fluxos culturais que não podem ser compreendidos isolados do sistema global da qual estas músicas fazem parte. Usaremos como exemplo a cantora *Angélique Kidjo* para entender como as influências musicais são criadas, como é difícil moldar as identidades em territórios e que pode ser natural um processo que, visto sob uma ótica imperialista, gera discursos de autenticidade.

4.2.1 A Dialética das Identidades

Angélique Kidjo nasceu no Benin no ano da independência do país da França. Ela é considerada uma das estrelas do *Afropop*, *world beat* ou *afrobeat*, ou seja, uma cantora da *World Music*. Quando criança acompanhava os ensaios da banda de rock de um dos irmãos e com ele ouvia James Brown, Jimi Hendrix, Aretha Franklin, Otis Redding, Beatles, John Coltrane, entre outros. O outro irmão era guitarrista e a ensinava músicas de Carlos Santana.

Do outro lado, o trabalho de sua mãe em um grupo de dança folclórica do Benin colaborou para que Kidjo desenvolvesse um conhecimento das tradições culturais do seu país. Kidjo comenta que ouvia seus irmãos “tocando música moderna em casa e fora os tambores”, e ainda que “sempre estive entre os dois” (apud. TAYLOR, 1998, p. 137). Para ela, a música do Benin, e de toda África, sempre foi sincrética então era natural misturar estilos e sons de todas as partes (ibid., p. 139).

Aos 23 anos a cantora mudou-se do país para Paris, por fazer oposição ao governo ditatorial que administrava o país no período. Frequentou uma escola de música na França, onde estudou música clássica ocidental, canto e jazz. Anos depois mudou-se para Nova York, onde reside. A cantora canta em fon⁷⁷, francês, yourubá⁷⁸ e inglês; e além da fusão de elementos musicais é conhecida por usar técnicas vocais tradicionais do Benin (chamada de Zilin) com vocais de jazz.

Esse breve histórico sobre a cantora representa a biografia da *World Music*. Difícil definir a identidade de Kidjo com algo único e menos ainda esperar dela uma música

⁷⁷ Dialeto falado por aproximadamente 1,7 milhão de pessoas principalmente no Benin. (Fonte: *Ethnologue 2005*)

⁷⁸ Dialeto do oeste africano, falado por cerca de 22 milhões de pessoas. A língua nativa do povo Yourubá é falada, junto com outras línguas, na Nigéria, Benin e Togo. Influências do dialeto são encontradas em países como o Brasil, Cuba e Serra Leoa. (Fonte: *Ethnologue 2005*)

enraizada e tradicional. Para Hall, estes agentes são “produto das *novas diásporas* criadas pelas migrações pós-coloniais” (2003, p.89).

Guilbault utiliza o termo “transnacional” para definir essas práticas que atravessam as fronteiras das nações ou de outros espaços circunscritos. O termo sugere que a idéia da *World Music* construída sobre a rígida dicotomia entre primeiro e terceiro mundo – imaginados como ocupando diferentes localizações, distantes e em oposição – não é adequada para embarcar todos esses grupos e práticas musicais batizados de “música do mundo”.

A diva funk do Benin dispensou o *peculiar* estilo das canções que fez do seu (...) primeiro Cd, Parakou, interessante. Em Parakou, as músicas vão desde números de dança a lamentos e capelas (...) e há uma percussão *intrigante* e dramática. Em comparação, Ayé é puro funk-rock, pretensiosamente empacotado por um produtor pop (...) e a forma que você vê – não necessariamente com nenhuma inflexão purista – as canções nele são menos *atraentes*. (TRILLO apud TAYLOR, 1998, p. 139, grifo nosso)

Esta é uma das críticas do Cd da Angélique Kidjo, e o que percebe-se é que o mercado ocidental muitas vezes não leva em conta essas identidades híbridas e florescem novamente discursos de autenticidade por conta da fusão de estilos. Não levam em conta que é autêntico que para cantora, e tantos outros rotulados de *World Music*, ter tanto influências do pop como das suas raízes. Que as suas formações tem diversas influências. Por fim, que suas identidades são híbridas, e não unificadas como nos faz crer o rótulo.

4.3 BRAZILIAN GROOVE: O LUGAR DO BRASIL NA WORLD MUSIC

O exotismo musical, ou a *World Music*, passou a ser tão interessante para os mercados fonográficos internacionais que o maior prêmio destinado ao rótulo, o Grammy americano⁷⁹, criou uma categoria específica de premiação. Alguns artistas baianos chegaram a disputá-lo, como Olodum (Neguinho do Samba), Margareth Menezes e Gilberto Gil⁸⁰. Segundo

⁷⁹ A categoria “Melhor álbum de World Music” foi criada em 1991, antes do estabelecimento do rótulo houve outros prêmios dedicados à música “folclórica” e “tradicional”. Em 2003 a categoria foi subdividida em “Melhor álbum tradicional de World Music” e “Melhor álbum contemporâneo de World Music”. Há ainda o Grammy Latino, versão da premiação onde as canções e músicos concorrentes são todos de origem não-americana.

⁸⁰ Entretanto, de acordo com Goli Guerreiro (2000), não se pode dizer que a música baiana seja um sucesso internacional, pois os artistas dificilmente se sustentam nos mercados estrangeiros por muito tempo, e na maior parte dos casos, se apresentam para platéias compostas por brasileiros que vivem fora do país.

Guerreiro (2000), toda essa movimentação que envolve produção musical (shows, discos, FMs), etnicidade e imagem criou um importante mercado local.

No Brasil, os álbuns e artistas que já foram premiados no Grammy como *World Music* foram: *Brasileiro*⁸¹ de Sérgio Mendes (1992); *Nascimento* de Milton Nascimento (1997); *Quanta Ao vivo* (1998) e *Eletoacústico* (2005) ambos de Gilberto Gil; *Livro* (1999) de Caetano Veloso e *João Voz e Violão* (2000) de João Gilberto. Todos nacionalmente são denominados no rótulo Música popular brasileira (MPB), que musicalmente não é menos abrangente que *World Music*.

Há 30 anos o *Montreaux Jazz Festival*, renomado evento de música, inaugurou a “noite da música brasileira”, que desde então tem levado artistas reconhecidos e novos, e representa o interesse pela música brasileira. O espaço do Brasil neste campo não é uma novidade, ainda nos anos 60 a bossa nova fez uma intervenção no mercado musical americano, ultrapassando o impacto da música cubana nas décadas anteriores.

Contudo, a Bossa Nova não foi apresentada para a audiência americana como uma manifestação de samba e outros elementos brasileiros, o que ocorreu na verdade foi a apresentação de um paralelo ao jazz, como se fosse um primo distante, ou uma versão sul-americana do gênero. O posicionamento do jazz como antepassado da Bossa Nova sem prestar nenhuma atenção aos inúmeros estilos ‘afro-brasileiros’ que compuseram a mistura da música, gera uma representação alterada para o público que por sua vez não tinha nenhum ponto de referência ou comparação. Era, portanto, bastante comum nessa época, referir-se a Bossa Nova como Jazz Brasileiro, ou como foi escrito em discos, uma forma de ‘jazz samba’, ou versões jazzísticas de “música folclórica brasileira”.

Este fenômeno comercial é reconfigurado com o mercado da *World Music*, que vem muitas vezes com subcategorias nacionais. Nas coletâneas do selo *Putumayo Records*, o Brasil apresenta diversas vertentes, e é apresentado de forma peculiar, o exótico e percursivo da afro-brasilidade, exaltado no início dos anos 90, está pouco presente.

No catálogo do selo, o Brasil é o único país a ter uma categoria própria e cerca de dez coletâneas⁸² dedicadas à produção musical da região, além de músicas em diversas outras coletâneas. Isso é justificado, pois segundo o selo “no Brasil música é mais que entretenimento. É a trilha sonora da vida, um ambiente constante de ritmo e melodia que

⁸¹ Álbum gravado e lançado nos Estados Unidos, onde o músico e produtor carioca Sérgio Mendes é radicado. Primeiro álbum que destaca Carlinhos Brown como compositor, com cinco faixas dele, além de cantor e percussionista. Em 2006, Sérgio Mendes voltou às paradas de sucesso com o álbum *Timeless*, que conta com participações de artistas renomados do pop internacional.

⁸² Dentre elas “Acoustic Brasil” (2005); “Brazilian Lounge” (2004); “Samba Bossa Nova” (2004); o duplo “Brasileiro” (2003) “Chico César” (2000) e “Festa Brasil” (1999).

enriquece e apóia o povo nos bons e maus momentos”⁸³ e que “é impossível negar a influência que o Brasil tem na cultura global atual. Da música e cinema até a moda⁸⁴ e dança, o Brasil tornou-se uma das mais importantes riquezas da arte popular e entretenimento”⁸⁵. Esta visão da cultura brasileira reflete a visão de cultura e sociedade que tem sido exportada pelo Brasil para o resto do mundo, em especial nas últimas duas décadas. Do catálogo da *Putumayo* vamos dar destaque à coletânea *Brazilian Groove*, e procurar entender como o Brasil é representado no selo e na *World Music*.

Samba, bossa nova e música popular brasileira têm sido tonificadas recentemente quando Djs e remixes têm unido o melhor dos dois mundos. A cena eletrônica e *dance underground* é próspera em cidades como Rio e São Paulo, a Djs ao redor do mundo tem usado os ritmos *cativantes* do Brasil e usado como suporte para *coquetéis de músicas exóticos* que tem preenchido as pistas de dança de L.A a Londres. As faixas “funkeadas” em *Brazilian Groove* capturam o espírito do empolgante movimento musical. É um *carnaval* de clássicos remixados da bossa nova, samba-funk e batidas da nova onda brasileira. O resultado é uma coletânea comemorativa que vai satisfazer fãs da clássica música brasileira, soul, funk e eletrônica.⁸⁶ (grifo nosso)

Procuraremos, especialmente, identificar o que pode ser considerado a maior aposta das suas compilações (e aparentemente da música brasileira na *World Music*): elementos da música brasileira tradicional, ou clássicos da MPB, com roupagem eletrônica. A capa da coletânea configura a representação do Brasil no exterior: praia, festas (dança), culturas tradicionais (capoeira), água de coco.



A primeira faixa do álbum é um dos “remixes”, no caso uma junção com Djs, da bossa nova descritos pela *Putumayo*. É a regravação da canção “Maria Moita” de Carlos Lyra e Vinícius de Moraes, que ficou conhecida na voz de Nara Leão. A música na coletânea é interpretada por *Rosalia de Souza*, cantora carioca em conjunto com um Dj italiano. Radicada na Itália, seu primeiro álbum “Garota Moderna” foi lançado apenas na Europa, e classificado como “eletro bossa”⁸⁷, tem além da versão de “Maria Moita”, releituras de Geraldo Vandré, Caetano Veloso e Baden Powell e Tom Jobim.

⁸³ Texto no encarte da coletânea “Brasileiro” (2003).

⁸⁴ Referência ao filme “Cidade de Deus” que acabava de ser lançado mundialmente, e das *Havaianas*, tradicional marca de sandália que ganhou importância no mercado internacional.

⁸⁵ Texto no encarte da coletânea “Brazilian Lounge” (2004).

⁸⁶ Texto de apresentação no encarte da coletânea.

⁸⁷ No release de apresentação da cantora. Disponível em: <<http://www.avatarrecords.com/rosalia>>, acesso em 15 de outubro de 2007.

Logo em seguida outro exemplar de “eletro bossa”, a canção de Banden Powell “Consolação” na voz de Sylvio César é remixada pelo trio *Bossacucanova*. O trio tem música em comercial de telefonia na Espanha, remixes para trilha sonora de novela, álbum com Roberto Menescal e é um dos artistas da *Ziriguiboom*, selo da gravadora holandesa Crammed especializado nessa “nova música brasileira”. A terceira canção da coletânea também é do selo, da banda *Zuco103*, é uma música autoral que segue nas mesmas bases da mistura da música popular brasileira com eletrônica. A banda é formada por um holandês, um alemão e uma cantora brasileira nos vocais e já tem cinco discos lançados, todos no exterior.

O objetivo do *Ziriguiboom* reflete a busca pelo inédito, característico da *World Music*: “sempre foi de descobrir e apresentar artistas originais e aspectos ainda não divulgados da moderna música brasileira (...) hoje o *Ziriguiboom* é sinônimo com o melhor do som moderno brasileiro”. Percebe-se também que o apelo de autenticidade (representando o tradicional) não é presente nesse caso. O que pode posicionar a música brasileira em um lugar diferenciado da *World Music*. Esses lançamentos, essa “nova música brasileira” é voltada para o mercado internacional, tanto que os álbuns destes artistas não são lançados no Brasil.

As duas músicas seguintes são de artistas brasileiros, gravados e lançados no país. Na quarta música *Max de Castro* surge com “A História da morena nua que abalou as estruturas do esplendor do carnaval” uma parceria com Erasmo Carlos. Lançado pela gravadora Trama, a música é do segundo álbum do cantor, Orchestra Klaxon, que refere-se à revista do movimento modernista de 22, o que dá uma noção da sua música. A quinta faixa é uma regravação da música “Banguela” de Zeca Baleiro (que também já teve músicas em coletâneas da Putumayo), feita pela cantora Miriam Maria em seu álbum de estréia.

A canção seguinte é “Lagoinha” de *Carlinhos Brown*, músico baiano que está há muito tempo “inserido” nas lógicas da *World Music*, seja acompanhando outros artistas, com a *Timbalada* (banda que fundou) ou com seu trabalho solo. O cantor é licenciado pela BMG Espanha, e com o lançamento do álbum *Carlito Marrón* inseriu-se no mercado espanhol, realizando “carnavais” na cidade de Barcelona anualmente. Seus álbuns são lançados primeiro na Europa e só depois no mercado nacional.

Logo depois a faixa “Mas que Nada”, um “remix” da mundialmente conhecida canção de Jorge Ben, sucesso nos anos 60 em versão bossa nova nos Estados Unidos com o músico Sérgio Mendes. As duas músicas seguintes são dos cariocas *Dos Santos*, com “Laura”, e *Aleh*, com “Sould da Bem”. Exemplo de músicas convidadas para entrar nas coletâneas da *Putumayo* pelo material recebido na sede americana. No Brasil, os álbuns do músicos foram ambos lançados por uma gravadora independente, as canções estão no Cd por seguir o mesmo

padrão do que a *World Music* chama de “nova música popular brasileira” ou “música moderna brasileira”.

As duas canções seguintes retomam experiências de música brasileira voltadas para o mercado da Europa. Na primeira, o trio italiano de Acid Jazz⁸⁸ *Barrio Jazz Gang* junta-se com uma cantora brasileira na música “Linda Canção”. A faixa seguinte, “Beleza”, é do carioca *Marcello*, lançada pelo selo francês *Pygmalion*, já foi trilha sonora de comercial de carro na França. Mais uma vez a mistura entre MPB (violão, bases melódicas e poesia) com a eletrônica.

Por fim, a banda radicada na Alemanha *Electro Coco*, com a música “Coco do Mundo”, do álbum de mesmo nome. Representante clara da mistura entre a música tradicional (o coco⁸⁹) e a música eletrônica, as percussões acústicas representativas do estilo (ganzá, surdo, pandeiro e triângulo) são mescladas com programações e batidas mecânicas, há inserções de músicas de domínio popular e sua temática particular.

Com a coletânea nota-se que, ao contrário dos primeiros anos da *World Music*, quando o Brasil era reconhecido por representações do Olodum com Paul Simon ou Michael Jackson, o interesse no campo é voltado para a fusão da música popular brasileira com elementos “modernos”. O retorno à bossa nova, que nos anos 60 ocupou lugar de destaque na música internacional, e a inserção de novos elementos eletrônicos caracterizam essa “moderna música brasileira”.

Vale ressaltar que algumas experiências musicais brasileiras atingiram o mercado internacional desvinculado do rótulo da *World Music*. Bandas geralmente voltadas para o mercado *underground* ou nichos específicos, que alcançam o reconhecimento internacional sem estar necessariamente atrelados ao “guarda-chuva” de “música do mundo”. Exemplos como *Sepultura* e *Ratos de Porão* e, atualmente, a banda paulistana *Cansei de Ser Sexy*.

Outro fenômeno é o número crescente de artistas brasileiros radicados na Europa e Estados Unidos, ou com carreiras voltadas para o exterior. Decorrente da possível crise fonográfica do país e a busca por um mercado mais estabilizado. Eles aproveitam-se do interesse por essa “nova música brasileira” e o mercado da *World Music*, consolidado com festivais ao redor da Europa, muito deles com noites especiais para o Brasil.

A junção da música brasileira (especialmente a bossa nova) com a música eletrônica (especialmente o *drum'n'bass*) nos últimos anos tem sido, como vimos, uma tendência da

⁸⁸ Estilo da música eletrônica, subgênero do *Downtempo*, é marcado por combinar elementos do jazz, *soul music*, *funk* com batidas repetidas, programações. (Fonte: www.techno.org)

⁸⁹ Ritmo originário do Nordeste brasileiro, especificamente Pernambuco,

música brasileira na Europa e EUA, com representantes como Bebel Gilberto e Cibelle (ambas do selo *Ziriguiboom*) alcançando prestígio internacional.

Esta pode ser considerada uma junção das relações do “Atlântico Negro”. O *drum'n'bass* é uma criação ‘negra’, inventada a partir da releitura que DJs negros, muitos de origem caribenha, fizeram do hip hop, que na Inglaterra se encontrou – mais uma vez – com o *reggae*, e se hibridizou com o *house* e com o *techno* produzindo esta nova sonoridade, sendo portanto uma “música negra transatlântica”. Para abordar mais relações entre os países que compõem o “Atlântico Negro”, e explicar o termo, passamos à nossa próxima análise.

4.4 CONGO TO CUBA: AS RELAÇÕES NO ATLÂNTICO NEGRO

A música da “diáspora negra” está sempre relacionada com o rótulo da *World Music*, seja nos títulos do selo *Putumayo* ou nas produções e festivais do campo. O que está presente é a interação entre os países e culturas formadoras do dito “Atlântico Negro”. O termo foi criado pelo sociólogo inglês Paul Gilroy (1998) para designar o espaço de influência e modernização da cultura negra, o fluxo e refluxo intercontinental.

Não pretendemos nesta parte realizar uma análise da coletânea *Congo to Cuba*, mas antes entender como a *World Music* relaciona-se com as interações desse espaço. Transpondo barreiras mais que geográficas, o “Atlântico Negro” é um território cultural que pelo seu caráter híbrido não se encontra circunscrito às fronteiras étnicas ou nacionais e que não pode ser identificado exclusivamente como caribenha, africana, americana ou britânica, mas todas elas ao mesmo tempo.

Uma reunião musical entre o irresistível swing do *son*⁹⁰ cubano e o soul da salsa da África Ocidental. (...) Nós voltamos aos arquivos para trazer alguns clássicos e pedras preciosas contemporânea da música cubana e da música africana influenciada por Cuba. *Congo to Cuba* revela as conexões culturais profundas entre esses dois mundos distantes.

Congo to Cuba é uma celebração das maneiras como a música ajudou a manter a vibrante conexão Afro-cubana ao longo dos anos. A coletânea apresenta gravações latinas clássicas que foram populares na África, como sons de artistas africanos que prestam homenagem ao som afro-cubano. Enquanto tempo e distância pode mantê-los separados, o patrimônio comum e laços familiares entre o oeste da África e Cuba

⁹⁰ Estilo de música cubano, junta elementos da música espanhola (violão) e rimos africanos (com instrumentos de percussão) de origem *Bantu* e *Arará*.

promoveram uma ligação que não pode ser quebrada. A música de *Congo to Cuba* é um poderoso e agradável testemunho da natureza unificadora da música.⁹¹

O primeiro passo para essa “diáspora cultural” foi dado através da música, nos tambores que anunciavam aquela que seria a “grande revolução negra”. As culturas musicais de todo o *Atlântico Negro* trazem em sua formação essas raízes e estórias da África. Uma África arquetípica e eterna, que existe no imaginário, criada no discurso. A música tem papel importante nessa construção, e a união dessas culturas é ouvida na música contemporânea.

A Música, como Gilroy e outros teóricos da idéia de “multi-consciências” demonstram, emerge como uma forma poderosa e simbólica de tradições comum. Se a música sobrevive como traço da “terra natal”, ela também possibilita as negociações com as outras culturas. Recentemente, os fluxos culturais criaram e fundiram ritmos, como hip hop, salsa, samba, rock e reggae, impactando profundamente a maneira pela qual a representação da cultura e identidade ‘negra’ é difundida.

A coletânea da *Putumayo* busca mostrar o caminho inverso desses fluxos, enquanto o som da África ajudou a estabelecer as culturas e identidades dessas nações que participaram da diáspora africana, agora as músicas desses países influenciam na produção do continente. O caso do reggae e ainda, como na coletânea, da música latina, ou afro-cubana. O cantor da Gâmbia *Laba Sosseh* diz na letra da canção “sou um *son cubano*”⁹² ou o senegalês *Pape Fall* e a sua “salsa africana”⁹³, são alguns exemplos de como a música africana reconstrói-se e é influenciada não só pela indústria musical e suas imposições mercadológicas, bem como por músicas e culturas que de alguma forma remontam o caminho dos seus ancestrais.

A ascensão da *World Music* enquanto tendência de consumo no mercado fonográfico internacional implica uma mudança de posição da música produzida na periferia do “Atlântico Negro”, que passa a alimentar os mercados musicais mais importantes do mundo como o dos EUA, França e Inglaterra. Esse fluxo global, que coloca a música negra em posição de destaque, repercute fortemente em Salvador, que a partir dos anos 90 deixa de ser um centro produtor de matéria prima para ser um centro exportador de musicalidade *afro* (GUERREIRO, 2000).

O mercado de *World Music* alterou, portanto, os diálogos culturais entre os países do “Atlântico Negro”. No campo da *World Music* a música do “Atlântico Negro” ganha contornos de “nova” música, e metamorfoseia-se em uma música — uma estética — ligada ao

⁹¹ Texto de apresentação no encarte da coletânea *Congo to Cuba*.

⁹² Canção “Son Soneate”, sétima faixa da coletânea.

⁹³ Com a sua banda *African Salsa*, o senegalês participa da coletânea na faixa de mesmo nome.

imaginário ocidental transnacional que propõe uma visão estereotipada dos espaços — de novo geograficamente circunscritos — de referência, repondo a questão do equilíbrio entre “centro” e “periferia”.

O desenvolvimento de uma indústria e de um mercado de *world music* subverte apenas uma parte dessa troca desigual. Por um lado, oferece uma centralidade parcial e subalterna às “músicas do mundo” — entre as quais as “músicas negras” estão extensamente representadas — em parte da produção de música popular no Primeiro Mundo. Por outro, em Salvador, graças a uma rede de *world music*, os músicos e os produtores mantêm cada vez mais contatos diretos com os centros de produção e comercialização de música no Primeiro Mundo e, em uma extensão menor, mesmo com outros centros do Atlântico negro (principalmente a Jamaica). (SANSONE, 2000, p.107)

Por outras palavras, o imaginário produzido em torno da *World Music* remete para uma *World Aesthetic*, para a recriação de um espaço — território — etnocêntrico do outro, dos “outros ausentes” incorporados numa periferia de produção cultural — musical — que se define pelo “autêntico”, pelo “exótico”, pela “tradição” e “pureza”, por contraponto a um centro cultural ocidental “desvirtuado”, “desregrado”, “endótico” e “contaminado”.

No entanto, hoje se trata menos de conservar o caráter puro e primitivo das culturas, mas antes de expô-las ao mundo inteiro e de explorar o seu valor. Ninguém fala de *batuco*, *semba*, *funaná*, *morna*⁹⁴, mas sim de música internacional. A *World Music* passa a não só englobar todos os ritmos e suas peculiaridades, mas a influenciar também o que será produzido nos países para alcançar o mercado internacional.

Exemplo disso é a ‘etiqueta’ afro-pop, que surgiu há pouco mais de dez anos no mundo anglo-saxão, como um dos segmentos da *World Music*. O rótulo é tão indefinido quanto os termos que o compõe. *Afro* é tudo que tem origem no mundo africano, inclusive na diáspora, e *pop* é tudo que é popular, desde que seja lançado no mercado de massa. É um estilo mestiço e os artistas não limitam sua música a um ritmo ou a um país. Absorvem influências múltiplas, fragmentadas, combinando vários elementos ou repertórios que têm nas músicas negras sua principal fonte. Ele indica mesclas entre gêneros, tendências e tradições musicais.

⁹⁴ Ritmos africanos da região de colonização lusófona (Angola, Moçambique, Cabo Verde...).

CONCLUSÃO

Ao analisar a *World Music* como fenômeno midiático percebemos que muitas dicotomias estão presentes: centro/periferia; tradicional/moderno; hegemonia/resistência. Relaciona-se o rótulo com as novas configurações globais, no que diz respeito às noções de imperialismo cultural e, em especial, sua influência nos deslocamentos identitários. O que parece um conjunto de binários simples deve ser visto em uma ótica complexa.

Ao invés de visualizar a *World Music* como uma força do imperialismo cultural, um caminho para a homogeneização, pode perceber-se o fenômeno como reflexo das novas relações entre o local e o global. O rótulo e as músicas que este inclui (ou exclui) não podem ser vistos apenas em uma visão Marxista reducionista. Sob esta perspectiva pressupõe-se um mundo nitidamente dividido, com fronteiras categóricas claras, dividido entre o “dominante” e o “dominado” com grupos homogêneos.

Estas premissas estão sendo desafiadas com as novas relações globais. Há “terceiro mundo” dentro dos Estados Unidos e Inglaterra, com exemplos como o cantor *Apache Indian* e sua música anglo-indiana, ou ainda há centros musicais em culturas antes consideradas periferia, como a Jamaica com o gênero que influencia a produção musical de todo o mundo. Para além, com a reestruturação da indústria fonográfica e as novas tecnologias, torna-se difícil definir pólos de produção, centros fechados. A música hoje é produzida e circula de novas formas.

O rótulo *World Music* não pode ser considerado, no entanto, como símbolo de políticas liberatórias às pessoas e produtos que o termo engloba. Ao passo que possibilita as músicas da “periferia” mundial ter projeção global, ele ainda tem definições confusas no que diz respeito às suas regras classificatórias. Ainda estão presentes questões raciais, sociais e de apropriação.

A noção dos músicos da *World Music* como transnacionais pode ser considerada uma chave para entender as tensões e oportunidades sócio-políticas, econômicas e culturais que estes sujeitos estão confrontando em um nível local e global. Esta visão permite observar as práticas e identidades interconectadas, sobre as quais a indústria musical da *World Music* é construída.

A *World Music* ajuda a compreender as condições da pós-modernidade, com exemplos do hibridismo e das instabilidades das relações identitárias, oscilado entre o local e o global.

A visão da comercialização da *World Music* como rótulo para suprir um consumidor europeu ou norte-americano ávido por diversão, pelo exótico já não pode ser vista de forma tão direta.

Como vimos, muitos dos discursos inscritos no rótulo são estratégias para valorização do produto, a *World Music* está vinculada à música popular massiva e como tal obedece às lógicas mercadológicas. Ao contrário do que faz parecer o caldeirão, que homogeneiza culturas e identidades díspares em um só rótulo, há o engajamento dos produtores, músicos e consumidores, crucial para o estabelecimento da *World Music*.

Pode-se acreditar que ao mixar a tradição com o moderno, oriente e ocidente, matéria-prima "arcaica" com roupagem *high tech* está se viabilizando uma sociedade "global" multicultural? Isto não pode ser garantido, mas com certeza, antes de ser um rótulo imperialista, a *World Music* é resultado das novas relações globais, resultado das novas estéticas musicais e não seria possível em um momento outro. A *World Music* pode ainda ser vista como um território onde novas identidades (híbridas) estão sendo desempenhadas.

Durante muito tempo considerou-se que a globalização, com o imperialismo cultural e conseqüentemente seus fenômenos, como a *World Music*, iria homogeneizar as culturas. As experiências musicais sempre envolveram empréstimos culturais, as trocas nas tradições musicais não significam a perda da identidade cultural, mas articula a forma como ela é transformada de acordo com as circunstâncias.

Talvez seja a hora de deixar de lado os preconceitos e a procura pela pureza perdida. Para isso, basta seguir o "bom e velho" conselho de Lévi-Strauss: "é preciso também estar pronto para considerar sem surpresa, sem repugnância e sem revolta o que essas novas formas sociais de expressão não poderão deixar de oferecer de inusitado" (Lévi-Strauss, 1976, p.328).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, Ian. World Wars. *Folk Roots Magazine*. Londres, v.1, n.201, p.36-29, 2000.
- BURKE, Peter. *Hibridismo cultural*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2003.
- CALDERA, João Bernardo. *Sonoridade dos Quatro Cantos da Terra*. Jornal do Brasil, Caderno B. Rio de Janeiro, 14 jul. 2004. p. 3.
- CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 1997.
- _____. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora Ufrj, 1999.
- CARVALHO, José Jorge de. Série Antropologia. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE IBÉRICA DE ETNOMUSICOLOGIA, 7., 2002, Madrid. *¿World Music, El Folklore de la Globalización?*. Brasília: Universidade de Brasília, 2004. p. 2 - 15.
- CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JR, Jeder Silveira. *A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática*. Salvador: Edufba, 2006.
- DOURADO, Henrique Autran. *Dicionário de termos e expressões da música*. São Paulo: Editora 34, 2004.
- ERLMANN, Veit. The aesthetics of the global imagination: reflections on World Music in the 1990s. *Public Culture*, Duke University Press, v. 8, n. 3, p.467-487, 1996.
- ESCOBAR, Ticio. Identidades en tránsito. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de; RESENDE, Beatriz. *Artelatina: cultura, globalização e identidades cosmopolitas*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. 120 p.
- FABBRI, Franco. *Tipos, categorias, géneros musicales. ¿Hace falta una teoría?* Conferência de abertura da International Association for the Study of Popular Music (IASPM). Havana: 2006.
- _____. A Theory of Musical Genres: Two Applications. In HORN, David e TAGG, Philip (org.). *Popular Music Perspectives*. Londres e Göteborg: IASPM, 1982.
- FAIRLEY, Jan. The 'local' and 'global' in popular music. In FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John (Ed.) *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Endinburgh: Cambridge University Press, 2001.p.272-289.
- FELD, Steven. From Schizophonia to Schismogenesis: the discourses and Practices of World Music and World Beat. In: MARCUS, George E.; MYERS, Fred R. (Comp.). *The Traffic in Culture*. Los Angeles: University Of California Press, 1995. p. 96-126.

FRANCO, Jean. Desde el imperio. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de; RESENDE, Beatriz. *Artelatina: cultura, globalização e identidades cosmopolitas*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. 120 p.

FRITH, Simon. *Performing Rites: on the value of popular music*. Massachusetts: Harvard University Press, 1998.

_____. The Discourse of World Music. In BORN, Georgina; HESMONDHALGH (Ed.). *Western Music and Its Others: Difference, Representation and Appropriation in Music*. Berkely and Los Angeles: University of California Press, 2000. p.305-322.

_____. The popular music industry. In FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John (Ed.) *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Endinburgh: Cambridge University Press, 2001.p.26-52

GILROY, Paul. *O Atlântico Negro: Modernidade e Dupla Consciência*. Massachusetts: Harvard University Press, 1998. 427 p. Tradução Cid Knipel Moreira.

GOODWIN, Andrew; GORE, Joe. World Beat and the Cultural Imperialism Debate. *Socialist Review*, USA, v. 20, n. 3, p.63-80, 1990

GUERREIRO, Goli. *A Trama dos Tambores: a música afro-pop de Salvador*. São Paulo: Editora 34, 2000.

GUILBAULT, Jocelyne. World Music. In FRITH, Simon.; STRAW, Will; STREET, John (Ed.). *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Endinburgh: Cambridge University Press, 2001.p.176-192.

HALL, Stuart. The Local and the Global: Globalization and Ethnicities. In KING, Anthony D. (Ed.). *Culture, Globalization and the World-System*. Binghamton: State Univ. of New York, 1991. p.214-226.

_____. *Representation: cultural representation and signifying practices*. London: Sage, 1997.

_____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HALL, Stuart; SOVIK, Liv (org.). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Trad. Adelaine la Guardia Resende *et al.* Belo Horizonte; Brasília: EdUFMG; UNESCO, 2003.

HOUAISS, Antonio. Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa (on line). Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br>>. Acesso em: 13/03/2007.

JANOTTI JR., Jeder Silveira. *Aumenta que isso aí é Rock and Roll – mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

_____. *À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva*. In: *Eco-Pós*. Vol. 6, nº 2. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003a.

_____. *Heavy Metal com Dendê: rock pesado e mídia em tempos de globalização*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

_____. *Dos Gêneros Textuais, Dos Discursos e Das Canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático*. In: XIV Encontro Anual da Compós, Niterói. Textos dos GTs da XIV Compós, 2005.

_____. *Música Popular ou Música Pop? Trajetórias e Caminhos da Música na Cultura Mediática*. In: Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, Salvador: Anais V Enlepicc, 2005a. v.1.

_____. *Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais*. E-Compós (Brasília), v. 1, 2006.

_____. *Mídia e música popular massiva: dos gêneros musicais aos cenários urbanos inscritos nas canções*. In: PRYSTHON, Ângela (org). *Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006a. p.131-147.

JOWERS, Peter. *Beating new tracks: WOMAD and British world music movement*. In: MILLER, S. (Ed.) *The Last Post, Music After Modernism*. Manchester: Manchester University Press, p. 52-87.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Raça e História*. In: *Antropologia Estrutural Dois*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1976

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTINS, Sérgio. *Periferia Musical*. Revista Veja. Rio de Janeiro, 21 fev. 2007. p. 100-101.

MITCHELL, Tony. *World Music and the Popular Music Industry: An Australian View*. *Ethnomusicology, Usa*, v. 36, n. 3, p.309-338, 1993.

NEGUS, Keith. *Los gêneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós, 2006.

PERRONE, Charles; DUNN, Cristopher (Org.). *Brazilian Popular Music and Globalization*. Gainesville: University Press Of Florida, 2001. 272 p.

SANSONE, Livio. *Os objetos da identidade negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil*. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p.87-119, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104>. Acesso em: 06 nov. 2006.

SÁ, Simone Pereira de. *A música na era de suas tecnologias de reprodução*. In: COMPÓS - Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2006, Bauru-SP. ANAIS da XVI COMPÓS-GT de Tecnologias da Informação e da Comunicação. Bauru-São Paulo: UNESP/COMPÓS. p.1-15.

_____. *Funk - música popular eletrônica!?*. In: XVI Encontro da COMPÓS, 2007, Curitiba. Anais da XVI COMPÓS. Curitiba : Universidade Tuiuti Paraná, 2007.

SAID, Edward W. *Orientalism*. New York: Vintage. 1979.

_____. *Cultura e Imperialismo*. São Paulo: Companhia das Letras. 1999.

SANDRONI, Carlos. *Feitiço docente: transformações no samba 1917-1933*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ. 2001.

SHUKER, Roy. *Vocabulário de música pop*. Trad. Carlos Szlak. São Paulo: Hedra, 1999.

STRAW, Will. Communities and scenes in popular music. In: GELDER, Ken e THORNTON, Sarah (org). *The Subcultures Readers*. Londres: Routledge, 1997. p. 494-505.

SWEENEY, Philip. *The Virgin Directory of World Music*. Londres: Virgin Books, 1991.

TATIT, Luiz. *O Século da Canção*. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

TAYLOR, Timothy D. *Global Pop: World Music, World Markets*. New York: Routledge, 1997.

THÉBERGE, Paul. 'Conectados': la tecnologia e la musica popular. In: FRITH, Simon, STRAW, Will, STREET, John (org). *La outra historia Del rock*. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006. p 25-52

TROTTA, Felipe. *Música e mercado: a força das classificações*. In: Revista Contemporânea, vol. 3, nº 2, Salvador: Edufba, 2005. p. 181-196.

VERÓN, Eliseo. *La Semiosis Social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1996.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, recepção, leitura*. Trad. Jerusa Pires Ferreira. São Paulo: Educ (PUC-SP), 2000.

ANEXOS

ANEXO A: *CD-R*

Para melhor ilustração das análises apresentadas, esta monografia vem acompanhada de um CD-R, com os arquivos de áudio das coletâneas selecionadas, em formato .mp3, compatível com qualquer computador que utilize o sistema operacional Windows.

Os trechos dos áudios também estão disponíveis em: <www.putumayo.com>.