



Acaso ou contexto? Considerações sobre a consagração de Tom Zé no mercado internacional

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO ORAL

Guilherme Araujo Freire

Universidade Estadual de Campinas – guilhermefreire@gmail.com

Resumo: Neste trabalho realizamos uma revisão historiográfica das publicações feitas sobre Tom Zé que atribuem, como a razão central de sua consagração no mercado internacional, o apoio do produtor David Byrne. Deste modo, tentamos problematizar tal consenso, trabalhando com a hipótese de que sua consagração internacional consiste em um fenômeno característico do final do século XX, em grande medida tributário das novas configurações da indústria cultural assumidas sob o impacto da globalização, e de novas tendências trazidas pelo segmento de World Music.

Palavras-chave: Música popular. Canção. Experimentalismo.

Chance or Context? Considerations on the consecration of Tom Zé in the international market

Abstract: In this paper, we accomplish a review of publications made about Tom Zé, that attribute as the central reason for his consecration in the international market, the support of the producer David Byrne. Thus, we try to discuss such consensus, working with the hypothesis that his international consecration consists on a characteristic phenomenon of the late twentieth century, to a great extent tributary to the new configurations of the culture industry assumed under the impact of globalization and new trends brought by the World Music segment.

Keywords: Popular music. Song. Experimentalism.

1. Revisando um consenso historiográfico: Outras possíveis razões da valorização do projeto estético de Tom Zé na década de 1990

Ao consultarmos as publicações que abordaram a carreira artística de Tom Zé, sejam elas matérias jornalísticas escritas pela crítica especializada ou trabalhos acadêmicos de diversas áreas do conhecimento, nota-se certo consenso de que o motivo de sua reintegração ao mercado nacional e do seu sucesso no exterior da década de 1990 tenham se dado principalmente devido ao apoio do produtor escocês David Byrne. Vejamos abaixo trechos de três dissertações publicadas sobre Tom Zé e do livro *O século da canção* de Luiz Tatit:

Hoje, passados 17 anos desse ostracismo, Tom Zé volta à mídia com força total, graças ao ex-vocalista do conjunto *Talking Heads*, David Byrne, que esteve no Brasil nos anos 1980 para lançar seu filme *The true history* e, no Rio de Janeiro, comprou vários discos de samba; dentre eles estava “Estudando o Samba” - por sorte, na prateleira errada, como se disse. (LIMA, 2010: 75)

[...] Partindo dessas referências como Tom Zé tem se relacionado no campo musical, uma vez que há críticos que o inserem e o excluem do posicionamento Tropicalista? quanto a sua aparição, desaparecimento e reaparição? Após sua participação na gravação do LP *Tropicália*, ele se afasta ou é afastado? O que sabemos, midiaticamente é que ele ressurgiu no exterior, através do músico americano David Byrne. (LEMONS, 2006: 52)

[...] Observem, como já vimos, que, na prática, essas interferências se evidenciarão nos trabalhos lançados por Tom Zé na década de 70 do século passado, mas não se limitam à década citada, pois, de uma certa forma, essas propostas são retomadas nos discos lançados durante aquilo que podemos considerar o retorno de Tom Zé, que *ocorre pelas mãos de David Byrne* já no início da década de 90. (PANAROTTO, 2005: 73)

[...] Foi o que possibilitou o inacreditável *acaso* de sua reaparição em nosso meio, pois tudo indica que o seu nome só pôde entrar de vez na cultura nacional depois de ter sido lançado com sucesso nos EUA pela gravadora Luaka Bop, sob direção de David Byrne, e de ter recebido os mais festejados elogios da crítica norte-americana especializada. (TATIT, 2004: 238) ¹

Na mídia, por sua vez, o relato da descoberta mais disseminado é que, em 1986, o então líder da banda norte-americana Talking Heads, David Byrne, veio visitar Brasil para apresentar o seu recém-lançado filme *True Stories* (1986) em um festival de cinema no Rio de Janeiro, o “FestRio 86”. Interessado pela música brasileira, Byrne percorreu sebos e lojas de discos na cidade procurando LP’s para levar para Nova York e, acabou encontrando o disco *Estudando o samba* (1976) de Tom Zé por acaso, devido a um descuido do vendedor. De volta aos Estados Unidos, ao escutar os discos adquiridos nesta ocasião, Byrne ficou impressionado pela música de Tom Zé, o que acabou levando-o a contatar o artista posteriormente para apoiá-lo e consagrando-o no mercado internacional posteriormente.

No entanto, este relato tal como foi propagado, além de se apoiar no fetiche de uma dádiva do acaso/destino, ou seja, de que Tom Zé teria sido “salvo” do esquecimento por mero descuido de um vendedor de discos, oculta, na verdade, um aspecto nada ocasional deste fenômeno: uma série de decisões conscientes, ações planejadas e estratégicas tomadas por David Byrne em sua atuação como líder do selo Luaka Bop no segmento de World Music. Ao escolher Tom Zé, em vez de um intérprete cancionista ou compositor já consagrado na história da música brasileira, Byrne o faz visando atender demandas latentes do mercado internacional, direcionando estrategicamente seus produtos a um público alvo específico.

Deste modo, não parece ter sido por acaso que o produtor escocês voltou ao Brasil, em 1988, para produzir o filme *Ilé aiyé: The house of life*, documentário que trata sobre as práticas do candomblé e sua influência na Bahia, exatamente no mesmo ano em que havia fundado o selo Luaka Bop com o intuito inicial de lançar quatro coletâneas de música brasileira e compilações de música cubana no mercado internacional. Na mesma viagem, Byrne encontrou-se com Tom Zé, e propôs firmar uma parceria com ele, algo que resultou em um contrato exclusivo do compositor iraraense com o selo Luaka Bop por seis anos (GARCIA, 1991: 78). Nos três anos seguintes Byrne lançou no mercado internacional através

do Luaka Bop os discos *Brazil classics 1: Beleza tropical* (1989), *Brazil classics 2: O samba* (1989), *Brazil classics 3: O forro* (1991), *Cuba classics 1: The best of Sylvio Rodriguez – Canciones urgentes* (1991), *Cuba classics 2: Dancing with the enemy – Incredible dance hits of the 60's and 70's* (1991).

A atitude de David Byrne de produzir um filme sobre a cultura afro-brasileira, bem como sua opção por um repertório brasileiro e cubano para os primeiros discos do selo Luaka Bop já indicam desde o princípio a estratégia que pautaria a atividade do selo nos anos seguintes: atuar no segmento de World Music, trazendo para o grande mercado mundial, artistas e manifestações musicais de diferentes regiões do mundo, desde Cuba, Brasil, Colômbia, Venezuela, Peru, México, Bélgica, Inglaterra e até mesmo da Ásia. Deste modo, o produtor escocês se valia do procedimento básico das gravadoras ligadas a esse segmento ao buscar símbolos culturais locais como índice de diferenciação de seus produtos em um mercado globalizado e movimentado por discursos de valorização da diversidade cultural.

Nesse sentido, uma matéria publicada na Folha de São Paulo destaca as intenções de David Byrne em uma empreitada junto do selo Luaka Bop que trazem indícios do caráter planejado e estratégico de suas ações:

David Byrne pretende detonar uma possível nova moda, que ele chama de “afropean music”, música afropéia. Está pesquisando sons praticados pelas comunidades do Terceiro Mundo na Europa.

[...] [David Byrne] Está garimpando música nos Estados Unidos e na Europa para uma série que o selo Luaka Bop acaba de lançar, intitulada “Adventures in Afropea” (Aventuras em Afropéia). A coleção enfoca a nova música feita em todos os países da Europa pelos imigrantes africanos. “A música 'afropéia' renova em relação à world music. São misturas cada vez mais irreconhecíveis e surpreendentes. Até em Portugal estão fazendo uma mistura muito interessante de música angolana, portuguesa e brasileira”. (GIRON, 1993: 5)

Como estratégia para produzir a nova série de discos, Byrne busca manifestações musicais híbridas locais feitas por artistas africanos em países da Europa como fator de distinção para potencializar a promoção dos produtos, destacando em primeiro plano no discurso o multiculturalismo, as peculiaridades musicais dos povos, a diversidade cultural, presente na atividade do selo. Portanto, desde o princípio a ação planejada do produtor escocês parece ter como alvo uma determinada parcela do mercado em que a valorização do aspecto local tornava-se um atrativo comercial, possivelmente favorecida por discursos de valorização da diversidade cultural.

A iniciativa do produtor escocês não estava isolada e acontecia em um momento bastante favorável, uma vez que no começo da década de 1990 formava-se solidamente um

mercado, na Europa e nos Estados Unidos para o setor nascente da World Music, contando com estruturas midiáticas bem marcadas (como as revistas fRoots e Songlines; os sites Mondomix e World Music Central); festivais (como o Womad); feiras (Womex); diversas gravadoras (Piranha, Musik, World Circuit, Crammed Disc, Real World, Stern's, Putumayo); programas de rádio (BBC 3, Multikulti); prêmios (Womex Award, BBC Radio 3 Award, Grammy) e artistas de sucesso, assim como apontou o sociólogo Michel Nicolau Netto em seu livro *O discurso da diversidade e a World Music* (NICOLAU NETTO, 2014: 219).

Se considerarmos as transformações estruturais políticas e econômicas mundiais apontadas por David Harvey em *A condição pós-moderna*, o surgimento do segmento de World Music também pode ser interpretado como uma consequência de uma segmentação trazida pelo regime de acumulação flexível, em que o acréscimo da capacidade de manufatura de uma variedade de produtos e preços baixos em pequenos lotes, teria possibilitado atender a uma diversidade bem mais extensa de demandas do mercado. Teria possibilitado também uma aceleração do ritmo da inovação do produto, junto da exploração de nichos de mercado altamente especializados e de pequena escala (HARVEY, 1993: 148). Assim, à necessidade de diversificação e flexibilização de investimentos no mercado corresponderia a necessidade da criação de produtos com maior índice de inovação e diversidade em pequenos lotes, gerando deste modo a busca por signos culturais locais e a necessidade da segmentação do mercado.

2. Relações entre o experimentalismo de Tom Zé e novas tendências do segmento de World Music

Ao que tudo indica o compositor iraraense se beneficiou diretamente desta nova tendência, pois além de ter conquistado sucesso justamente através de um selo especializado no segmento de World Music, o Luaka Bop, seus procedimentos experimentais transgressores (uso de ruídos, *clusters*, atonalismos, sons guturais, polimetrias), que no passado teriam contribuído para levá-lo ao ostracismo, acabaram tornando-se um símbolo de distinção no mercado globalizado; uma singularidade local contraposta a certa homogeneidade gerada por processos de padronização de praxe do mercado.

Não por acaso o ressurgimento de Tom Zé na cena artística “oficial” acontece com esta associação ao segmento de World Music, assim como podemos ver a seguir em matérias de periódicos:

Além dos concorrentes ao Grammy Milton Nascimento e Dori Caymmi, a world music brasileira tem duas grandes estrelas no nível da música para exportação: o cantor e compositor Tom Zé e o grupo de percussão Olodum. [...] Já Tom Zé, que pensava em largar a música depois de vários anos ignorado pelas gravadoras, foi parar na praia da world music por acaso. Em viagem pelo Brasil, David Byrne foi a uma loja comprar discos de samba e levou, por descuido do vendedor o LP Estudando o Samba (1976) [...]. Assombrado com o que ouviu, resolveu lançar, no ano passado, uma coletânea com músicas do compositor no mercado americano. O disco recebeu críticas elogiosas de toda a imprensa americana e européia, abrindo o mercado internacional para Tom Zé e criando uma enorme expectativa em torno do novo LP que está sendo gravado no momento pelo compositor. A volta de Tom Zé é uma das coisas boas da onda de world music - que, exotismos à parte, tem pelo menos esses dois méritos: renovar a música pop com uma lufada de ideias e encerrar a aposentadoria forçada de um bom compositor brasileiro. (LIMA, 1992: 96)

[...] os maiores sucessos alcançados pela gravadora Luaka Bop foram os dois discos de Tom Zé. O primeiro, [...] uma coletânea (“Brazil Classics - The Return of Tom Zé”), foi elogiado pela crítica, apesar de não ter tido repercussão no Brasil. O segundo, “The Hips of Tradition”, já está nas paradas de world music desde o seu lançamento [...]. (GIRON, 1993: 5)

[...] Tom Zé, aliás, é o primeiro contratado do selo e deve gravar um álbum novinho em folha até o ano que vem. Por enquanto, ele aproveita o status de superstar da world music com críticas bem mais que simpáticas em revistas como Rolling Stone e a inclusão na lista de mais vendidos da Billboard. (JOE, 1991: 89)

Nas três matérias fica clara a associação de Tom Zé ao setor de World Music feita pelos jornalistas, que destacam também como função do novo segmento “renovar a música pop com uma lufada de ideias”, ou em outras palavras, trazer diversidade para certa estagnação presente na música pop. Comentado a respeito desta função, em seu livro que trata sobre o segmento, Nicolau Netto destaca que “a valorização do local se dá em oposição a certa percepção de homogeneidade empreendida pelo imperialismo cultural, em um momento, e pela globalização em seguida” (NICOLAU NETTO, 2014: 221). Em outras palavras o local se colocaria contra o global, assim como o particular se colocaria contra o universal, o que é dizer que o particular seria encontrado nos locais. Seria no local, nas ações sociais localizadas, que as diferenças seriam produzidas, assim como Netto bem aponta (*idem*). Dessa forma o local se torna índice privilegiado de diferenciação no segmento de World Music ².

Assim, se antes na década de 1970 o experimentalismo radical praticado por Tom Zé era recebido como um hermetismo desnecessário e equivocado, na década de 1990 acabou se tornando um atrativo em um mercado globalizado, em que a universalização das técnicas e a consagração mundial de fórmulas padronizadas (cf. DIAS, 2000) atuavam na direção de certa homogeneização dos produtos. Nesse contexto, não apenas Tom Zé, mas produtos experimentais em geral podem constituir em um investimento oportuno, se considerarmos sua distinção no mercado entre os produtos padronizados. Tal tipo de produção se apresentaria

assim como “a oferta de um fetiche mais misterioso que o outro, a oferta de uma mercadoria pela qual ainda não havia nenhuma procura reconhecida” (SANGUINETI, 1970: 261).

Ao ter simpatizado com as práticas experimentais de Tom Zé e decidir lançar discos com sua música no mercado exterior, David Byrne parece ter seguido o seu *know-how* como produtor e agente da indústria fonográfica, possivelmente tendo como alvo suprir esta demanda latente do mercado internacional por procedimentos musicais singulares. Em um depoimento presente no documentário *Fabricando Tom Zé*, o produtor escocês justifica sua opção por Tom Zé:

DB - Muito dos brasileiros com quem eu converso aqui, em Nova Iorque, quando eu lhes disse que eu estava lançando discos do Tom Zé, a reação deles foi: - Por que Tom Zé? Nós temos essa belíssima música, cantores maravilhosos, poetas, cantores clássicos, tantos deles... Por que escolhe justo este? Por que você quer trabalhar com esta pessoa estranha? Por que não um de nossos intérpretes clássicos da MPB, ou alguém assim?

E eu respondi: Bom.. eu acho que foi porquê as pessoas conhecem alguns destes outros artistas, eles tem mais oportunidades. E eu achava que, de certa forma, Tom Zé tinha uma ligação maior com a cena “underground” nova-iorquina.³ (MATOS JR, 2006)

Apesar do risco de fazer um investimento em um artista em esquecimento, o produto escocês ainda assim manteve sua convicção, talvez por vislumbrar possibilidades de mercado consumidor, como a citada cena underground nova-iorquina. A aposta de Byrne acabou obtendo considerável êxito, uma vez que os discos de Tom Zé causaram uma repercussão bastante favorável de crítica e público e alcançaram uma cifra de vendas expressiva tanto nos Estados Unidos como na Europa e outros países. A coletânea *Brazil classics, Vol. 4: The best of Tom Zé – Massive Hits* (1990), por exemplo, no período de lançamento alcançou a cifra de quarenta mil cópias vendidas no mercado exterior, enquanto que no Brasil apenas atingiu mil e setecentas cópias vendidas (cf. ZÉ, 1992). Assim, pode-se dizer que não apenas Tom Zé, mas a Luaka Bop por sua vez também se beneficiou consideravelmente com o investimento nos discos do compositor baiano.

3. Considerações finais

Acredito ser relevante sim considerar que o apoio de David Byrne e seu capital cultural contribuíram decisivamente para a consagração de Tom Zé no mercado internacional. Entretanto, para compreender este fenômeno de uma maneira mais abrangente e menos mítica, é preciso reconhecer o papel desempenhado pelas novas configurações da indústria



fonográfica assumidas sob o impacto da globalização, que levou a novos processos de padronização e segmentação do mercado, entre outras mudanças.

Caso não houvesse a presença de discursos de valorização da diversidade cultural ou mesmo uma tendência de busca e apropriação de símbolos locais por selos e gravadoras atuantes no segmento de World Music, talvez David Byrne não tivesse tido a necessidade de produzir discos para o selo Luaka Bop, de lançar coletâneas com músicas de Tom Zé ou de compositores cubanos, de vir ao Brasil para dirigir um documentário ou mesmo buscar gêneros/artistas em diversos continentes para lançar no mercado internacional. Em concordância com Tatit (2004: 237), acredito que a valorização do projeto estético experimental de Tom Zé consiste em um fenômeno característico do final do século XX; em grande medida tributário das transformações oriundas dos processos de globalização e das novas tendências trazidas pelo segmento de World Music e suas estratégias de distinção dos seus produtos e de atuação no mercado.

Referências:

DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: FAPESP/Boitempo Editorial, 2000.

FENERICK; José Adriano; DURÃO, Fábio Akcelrud. Tom Zé s Unsong and the Fate of the Tropicália Movement. In: SILVERMAN, Renée M.. (Org.). *The Popular Avant-Garde*. Amsterdam, New York: Rodopi Press, 2010, p. 299-315.

GARCIA, Lauro Lisboa. O tropicalista Tom Zé ressurgue numa coletânea de Byrne. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 29 jan. Caderno 2, p. 78, 1991.

GIRON, Luís Antônio. Luaka Bop aposta na música “afropéia”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 10 abr. Folha Ilustrada, p. 1, 1993.

_____. Tom Zé faz sucesso internacional e desmonta samba e tropicalismo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 abr. Folha Ilustrada, p. 1, 1993.

_____. Tom Zé mexe nas ancas da tradição e faz sucesso. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 28 jan. Folha Ilustrada, p. 4, 1993.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo, SP: Loyola, 1993.

JOE, Jimi. Tom Zé em fase world music. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 18 abr. Caderno 2, p. 89, 1991.

LEMOS, Altalia Maria Alves. *A construção da “descanção” de Tom Zé*. Fortaleza, 2006. 119f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal do Ceará, 2006.



LIMA, João Gabriel de. O batuque mundial: o som pop ganha as paradas de sucesso e conquista também o público brasileiro. *Veja*, São Paulo, n. 1227, p. 94-6, 25 mar. 1992.

LIMA, Márcio Soares Beltrão de. *O design entre o audível e o visível de Tom Zé*. São Paulo, 2010. 230f. Dissertação (Mestrado em Design). Universidade Anhembi Morumbi, 2010.

MATOS JR, Décio. *Fabricando Tom Zé*. [documentário-vídeo]. Direção de Décio Matos Jr. 2006. 90 min. color. son.

NICOLAU NETTO, Michel. *O discurso da diversidade e a World Music*. São Paulo, SP: Annablume: FAPESP, 2014.

PANAROTTO, Demétrio. *Não se morre mais, cambada... (O tom de Tom Zé)*. Florianópolis. Dissertação (Mestrado em Literatura). 189f. Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

SANGUINETI, E. “Sociologia da Vanguarda”. In: Luís Costa Lima (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1970.

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

ZÉ, Tom. *Estudando o Samba*. Continental, 1976. LP.

_____. *Brazil Classics, Vol. 4: The Best of Tom Zé*. Luaka Bop / Warner Bros, 1990. CD.

_____. Entrevista concedida ao Programa Roda Viva da TV Cultura. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=_kU6GUez5Qg&list=PLF80DBABCA93276C6>. [Acesso em: 10 out. 2013], 1992.

_____. *Tropicalista Lenta Luta*. São Paulo: Publifolha, 2003.

Notas

¹ Grifos nossos. Apesar de Luiz Tatit apontar uma relação de acaso no fenômeno da consagração nacional de Tom Zé, o pesquisador também destacou em seu trabalho a importância desempenhada pelos processos de globalização e pelo segmento de World Music: “O fato de [Tom Zé] ter conseguido o “visto” para poder reentrar com prestígio no Brasil só reforça a contradição básica do final do século [...]: a globalização foi o principal agente de valorização das forças locais. O esforço de apropriação de amostras culturais de todo o planeta para constituição de uma world music com sede na América do Norte talvez não tenha cumprido sua meta centralizadora, mas despertou sem dúvida o ânimo das manifestações regionais e pessoais de grupos e artistas que, muitas vezes, apenas hibernavam em suas terras de origem” (TATIT, 2004: 239).

² Em seu trabalho produzido sobre o tema, Nicolau Netto apresenta uma análise que indica um aspecto similar no que se refere à concentração de capital. Após verificar dados como as listas dos 10 selos que mais figuraram discos no World Music Charts Europe, associação que recebe de listas das músicas favoritas de especialistas do rádio de 25 países europeus, o pesquisador percebe que, entre 2008 e 2010, apenas um selo não tem sede nos Estados Unidos ou Europa. Desta maneira, nota-se que enquanto o conteúdo vendido se pauta pelo conteúdo marcadamente global e multicultural, as empresas produtoras e o público consumidor são predominantemente localizados nos Estados Unidos e Europa (NICOLAU NETTO, 2014: 229).

³ Tradução nossa.