

## **Pequenas da música organizam permuta**

*Chico Barbosa*

Selos e gravadoras independentes estão se unindo a outros atores da cadeia de negócios da música para formalizar práticas de permuta comuns entre empresas, produtores e bandas. Em Cuiabá, capital de Mato Grosso, a organização cultural coletiva Espaço Cubo colhe hoje os frutos do Cubo Card, forma de pagamento para as trocas entre empresas envolvidas na cadeia produtiva musical da cidade. No Rio, foi criada no mês passado a Rede Rio Música, que planeja repetir a experiência bem-sucedida. Instituições capitaneadas pelo Sebrae/RJ têm se reunido para trabalhar no desenvolvimento da rede o último encontro foi na semana passada.

A iniciativa associativista, baseada em princípios de economia solidária, sistematiza as permutas informais de produtos e serviços entre os artistas independentes e produtores musicais. Na cadeia de negócios da música, principalmente nas esferas que passam ao largo das grandes gravadoras, é comum bandas tocarem de graça, sem cachê, em troca de horas de estúdio, concerto e compra de instrumentos, divulgação e gravação de CDs. Produtores também trocam divulgação e promoção de bandas por espaços em casas de show e horas em estúdio.

O Cubo Card foi criado em Cuiabá em 2004. Como resultado, algumas bandas da capital mato-grossense estão despontando no cenário nacional e internacional, como o grupo de folk rock Vanguard e o instrumental stoner (mais um subgênero do rock independente) Macaco Bong cujo álbum Artista Igual Pedreiro foi o melhor disco lançado em 2008, na avaliação da edição brasileira da revista Rolling Stone.

### **Começo**

Segundo o Espaço Cubo, no começo a moeda experimental era usada para sistematizar a compra e o aluguel de produtos e serviços. Os donos de equipamentos de som podiam usufruir de serviços como ensaios, gravações, assessoria de imprensa, entrada em eventos, entre outros.

Em 2006, dois anos depois da criação da moeda, o Cubo Card serviu de tíquete físico do Festival Calango, de música independente, e pôde ser usado na compra de acessórios musicais, livros, discos, roupas, cerveja e outros produtos durante o evento. No ano seguinte, a moeda foi além do meio musical e se inseriu na produção da oficina cinematográfica da 2ª Semana do Audiovisual, também em Cuiabá.

No ano passado, o Cubo Card passou a ser impresso em papel moeda e teve participação em projetos de outros estados, como na Virada Cultural, em São Paulo; no Festival Varadouro, em Rio Branco, no Acre; e no Festival Jambolada, em Uberlândia, no Triângulo Mineiro.

“Antes, aqui na cidade, as bandas tocavam apenas por divulgação, pois quase ninguém tinha condição de pagar cachê. Elas entendiam que música era só um hobby”, diz Pablo Capilé, que está à frente do Espaço Cubo. “Com o Cubo Card na mão, a banda consegue ter um plano de viabilidade, pois ele facilita o pagamento dos ensaios e a gravação de demo, para divulgação. O Cubo Card cria um ambiente de sustentabilidade na cidade”, complementa. Hoje, a moeda é aceita em planos de saúde, curso de inglês, restaurantes e outros tipos de estabelecimentos.

Outras associações de produção musical no Brasil estão começando a adotar o modelo da moeda criada em Cuiabá. Em Uberlândia, Tales Lopes está à frente do Coletivo Goma, que está adotando o sistema de Cuiabá na cidade.

“Já temos a estrutura do mapa cultural da cidade e planejamos lançar a moeda em março”, revela. Em Rio Branco, os planos de implantação do Catraia Card, lançado no final do ano passado, estão sendo levados adiante com apoio oficial do secretário estadual de Cultura do Acre, Daniel Zen.

Rio de Janeiro. A Rede Rio Música foi criada no mês passado com o mesmo objetivo das outras iniciativas Brasil afora: viabilizar soluções criativas para a sustentabilidade de músicos, selos independentes, produtores musicais e demais atores da cadeia produtiva da música.

Segundo Rodrigo Lariú, dono do selo de rock independente Midsummer Madness, a rede surgiu quando Arthur Coelho Bezerra que trabalha no Sebrae/RJ, no setor de Desenvolvimento da Economia Criativa, como coordenador e gestor do Projeto da Cadeia Produtiva da Música convidou ele e Bruno Levinson, que criou o festival carioca de música Humaitá Pra Peixe, para “discutir como formalizar uma economia informal”. Desde então, mais pessoas se juntaram à discussão e elas vêm se reunindo em oficinas mensais o último encontro foi na semana passada.

Segundo Lariú, o contexto cultural carioca pode ser ainda mais profícuo do que os de outras cidades que adotaram a iniciativa. O Rio está perto da grande mídia brasileira e tem grande infraestrutura para ser usada. O produtor musical é defensor do associativismo na cadeia de negócios da música. “Nada melhor que juntar várias pessoas que estão no mesmo barco e botar todo mundo trabalhando junto”, afirma.

Em dezembro, organizaram-se em torno do projeto instituições como o Sebrae/RJ, a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), a Fundação Getúlio Vargas (FGV), o site colaborativo Overmundo, cujo objetivo é servir de canal de expressão para a produção cultural brasileira e a empresa iMúsica, que elaborou um cartão promocional que permite as pessoas baixarem gratuitamente músicas de alguma das bandas que colaboram com a rede.

A rede também participou, em setembro passado, da Feira da Música de Fortaleza. Além de divulgar suas ações, a associação musical participou de uma rodada de negócios, promovida pelo Sebrae do Ceará. Na rodada, entre outros contatos, foi estabelecida uma parceria entre a rede e o Banco do Nordeste para realização de shows de bandas cariocas em centros culturais cearenses. Há também planos de, futuramente, expandir a atuação para todo o estado do Rio.

**Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 2 fev. 2009, Seudinho, B-20.**