

INDEPENDÊNCIA OU MORTE

BREVE GUIA PARA PRODUÇÕES INDEPENDENTES

Alexandre “Cavalo” Dias

INDEPENDÊNCIA OU MORTE

BREVE GUIA PARA PRODUÇÕES INDEPENDENTES

INTRODUÇÃO

Não tenho a pretensão de resumir aqui o que é a vida artística independente. E sei que não vou conseguir fazer isso na sua totalidade durante o livro inteiro, mesmo por que as coisas mudam – e a minha cabeça também. Mas espero auxiliar quem ler esse pequeno manual a evitar certas roubadas muito comuns que aconteceram comigo e com as Velhas Virgens durante esses mais de 25 anos de carreira.

O meio independente tem crescido enormemente desde o final do século passado e agora é uma realidade inquestionável. O mercado fonográfico finalmente se deu conta das mudanças que estão ocorrendo no mundo e está tentando acompanhar com um atraso que pode ser fatal. Demoraram muito pra acordar e vão ter que correr pra alcançar os avanços de artistas mais criativos. E acredito que o fato de as gravadoras e os selos independentes abocanharem mais da metade das vendas de música comercializada legalmente é um dos responsáveis por essa mudança de mentalidade.

Fazer parcerias, músicas com qualidade (qualitativo e não o quantitativo), trabalhar em conjunto com os criadores buscando melhorar suas carreiras, são apenas algumas das qualidades que os independentes resgataram e que estavam se tornando “obsoletas” num mercado que visa, cada vez mais, o lucro como fim e não como consequência de um bom trabalho. Está na hora de reverter esse quadro. Empresas não são apenas para dar lucro. Têm que colocar para o público produtos de qualidade (não estou questionando estilo e nem gostos pessoais), tem que ajudar a fazer um mundo melhor, devolver, de algum modo, para as pessoas o que essas estão proporcionando de bom.

As grandes gravadoras já perceberam isso e estão realizando uma mudança forçada e um tanto tardia, nessa direção. Estão sentindo na pele que somente a venda de música não segura mais a onda, que precisam cuidar das carreiras e não somente de um produto, e, principalmente, que arte não é para ser vendida que nem sabão em pó. Claro que eles não vão dar o braço a torcer. Vão continuar lançando porcarias. Isso é uma crise mundial. Sempre foi assim. Mas dá pra farejar as mudanças no ar!

A música é para ser, tanto rebelde e revolucionária quanto bonita e talentosa. Para se fazer isso não existe manual. O que existe é uma busca constante por quebra de limites, criação e aprimoramento. A criatividade pode vencer barreiras inimagináveis. Então vamos botar nossas cabeças pra funcionar. Temos que ser músicos, sim! Temos que pensar em como levar nossa música ao público também. Temos que sair da garagem. Velejar é preciso! Viver não é preciso. Como diria o poeta! Vamos mudar o mundo com criatividade e perseverança!

Vou falar sobre isso e outras coisas no decorrer deste livro e espero que, de alguma forma, essas reflexões sobre a viabilização do trabalho musical sejam proveitosas.

Vocês vão ler sobre a experiência que tive e continuo tendo ao lado das Velhas Virgens em nossos mais de vinte anos de estrada e da Gabaju com mais de dez anos como gravadora independente. São mais de 150 mil CDs vendidos entre todos que lançamos, 25 mil DVDs, inúmeras camisetas, canecas, cerveja, abridores de garrafa, calcinhas, roupas femininas, revistas vendidas em bancas e em lojas normais, na loja virtual e na loja dos shows com a marca Velhas Virgens. Vou contar todo o trabalho que estamos fazendo com a marca da banda, transformando um sonho numa forma de ganhar a vida de maneira sustentável. Os teóricos estão chamando isso de cauda longa. Uma gama de produtos que vai desde o mais vendável até um que só sai de vez enquanto mas que no final fazem uma diferença gritante pra quem trabalha fora do “esquemão”. Pra andar na mão ou na contra-mão! Escolham o rumo e vamos nessa!

Desejo coragem pra encarar os desafios que virão, persistência, coerência e sorte pra todos nós!

INDEPENDÊNCIA

O que é ser independente? “A independência é a condição de uma pessoa ou coletividade que não se submete a outra autoridade e se governa por suas próprias leis.”

Lendo daqui imagino que deva ser fácil fazer. Minha experiência e a experiência de muitas pessoas que convivi durante esse tempo todo mostra que não é tão simples assim. Vamos rapidamente colocar a noção de independência dentro do contexto da produção musical.

Hoje parece bonito bater no peito e gritar que é um “independente”, que não precisa dos apoios de gravadoras, empresários ou mídia. Mas a coisa não é bem assim. Para o artista que já foi do “mainstream”, isto é, o cara que já conheceu o sucesso, a independência parece um caminho natural para se obter maiores ganhos, fixar um público cativo e manter a coerência do trabalho. Não é para esse cidadão que quero falar. Esse conhece os caminhos e meandros do estrelato e sabe o que pode fazer. Isso não o isenta de cometer erros fantásticos. Porém, leva a vida. Quero falar com as pessoas que estão começando e querem se jogar no mundo da música. Pessoas que querem começar uma carreira, trabalhar e ter seu lugar ao sol como artista.

Não importa o estilo ou caminho, a verdade é que, ou se tem muita sorte e grana ou terá que se trabalhar e ralar muito. Então vamos aos que realmente querem cair na estrada, comer poeira por esse mundo tocando e cantando suas canções.

Ser independente é criar, de alguma forma, uma maneira de sobreviver da sua música de forma coerente com seu trabalho artístico sem abrir concessões que desvirtuem as características da sua obra e sem precisar de investimentos absurdos de gravadoras de grande porte no início.

O próprio artista estabelece suas “leis”. Essas normas vão se forjando de acordo com o caminho que pretende percorrer. Isso

passa pelo amadurecimento da banda, lapidação do estilo, aprimoramento técnico e artístico, formação de um público fiel que também influenciará e de forma direta na criação musical. Dentro dessas variáveis, existe seu código de conduta estético e ético. Não ceder a certas pressões faz parte do ser independente. Mas também pensar e analisar friamente críticas e propostas também faz.

Ser independente não quer dizer que você não possa aceitar ajuda de ninguém. Isso é burrice. Desde que não venha com imposições absurdas, as ajudas externas serão sempre bem-vindas. Infelizmente, elas são cada vez mais raras no nosso atual mercado.

Ter ou não ter parcerias não é sinônimo de perder a independência. Tem um monte de bandas que se associam com gravadoras e distribuidoras de diversos portes para viabilizar seus projetos. Isso é inteligência empresarial. Vou citar Raul e Marcelo Nova: “É preciso cultura pra cuspir na estrutura!”. Conhecimento é importante, parcerias que te trazem isso também.

A independência requer essas parcerias. Parece contraditório, mas, se bem analisado, veremos que o caminho fica mais curto para qualquer artista quando arruma parceiros.

A independência exige que você tome as rédeas de sua vida e do seu trabalho. As decisões ficam todas nas suas mãos, isso aumenta muito a responsabilidade e os deveres, como também aumenta muito a sensação de conquista e a paz de espírito.

Foi isso que aconteceu com as Velhas Virgens em meados de 1998. Nós havíamos acabado de gravar nosso terceiro CD e as perspectivas de lançá-lo não eram nada promissoras. Vínhamos de duas experiências com selos independentes completamente diversas. O primeiro saiu por um selo cujo dono era um vigarista e quase acabou com a banda. O segundo chamava-se Primal, um selo da gravadora Velas, onde fomos tratados com respeito e tudo saiu melhor.

Enfim, vínhamos de dois CDs e muita turbulência. O mercado estava entrando numa época muito difícil para o rock. O fato é que, ou arrumávamos um jeito de lançar o disco ou iríamos ficar na maior roubada, com risco até de ter que acabar a banda.

Resolvi então criar a Gabaju Records para lançar os CDs das Velhas, por pura falta de opção e como alternativa de negócio. Não foi fácil convencer todo mundo que esse era um caminho a ser trilhado. Mas o tempo mostraria ser nossa tábua de salvação.

No final dos anos 90 ainda havia aquela visão dos anos 80 em que uma banda entrava numa grande gravadora, recebia um cheque gordo de adiantamento e saía tocando nas rádios. O problema é que as grandes gravadoras já não estavam tão grandes e tão fortes e os cheques eram escassos e magros.

A criação de uma gravadora nossa era um caminho possível, tanto que, depois daquele CD, já lançamos outros tantos, DVDs e uma linha de produtos com a marca das Velhas Virgens. Tudo isso pra dizer que a independência pode ser um caminho natural da banda ou simplesmente a única alternativa.

Como ter certeza de que vai dar certo? Não há garantias. Vai depender do talento, da capacidade de organização e persistência da banda como um todo. Uma vez fomos levar uma demo para o Pena Schmidt (produtor), na época lançando discos pelo selo Tinitus. Paulão e eu tivemos uma pequena conversa com ele e ouvimos coisas desagradáveis, mas que mudaram nossas vidas.

O Pena disse que a vida musical exigia uma vitalidade extraordinária. Que nós iríamos gastar toda nossa grana, iríamos gastar todo nosso tempo e ainda assim tudo poderia dar errado. O lance era sair tocando o máximo que puder. Tocar em todos os lugares, que as chances apareceriam por conta do trabalho.

Na época foi muito difícil pra gente ter que ouvir isso e muito mais coisas que não cabe aqui reproduzir. Foi então que nós

paramos de fazer aquelas demos terríveis e nos concentramos nos shows. Foi quase que com ódio que nos jogamos na empreitada. “Como alguém podia falar assim com a gente?” — Pensávamos, ingênuos. O pior é que ele tinha razão. Mudamos nosso foco e em pouco tempo estávamos lançando o primeiro trabalho.

Não espere ninguém fazer por você. Caia na estrada. Se sua banda realmente tiver talento e alguma coisa diferente pra mostrar, as chances aparecerão. Tome as rédeas de sua vida e faça acontecer.



(logo da Gabaju Records)

]

**BREVE GUIA PARA PRODUÇÕES
INDEPENDENTES**

CONVIVÊNCIA INTERPESSOAL

Formar uma banda já não é uma tarefa das mais fáceis. Achar as pessoas certas e que tenham afinidades entre si, que queiram fazer as coisas juntos e começar a ensaiar é dar os primeiros passos. Mantê-la coesa e na ativa então, muito mais difícil. Digo isso, inclusive, para artistas que caem na estrada sozinhos. Mesmo eles, muitas vezes, têm que montar uma banda para acompanhá-los e, quando não se tem dinheiro, tem que contar com a brodagem dos amigos e de outros músicos que acreditam no trabalho. Acreditar e gostar muito do que se está fazendo é fundamental para se iniciar um trabalho.

Mesmo pessoas com afinidades musicais ou amizades antigas podem ter divergências radicais. Saber ouvir e usar essas diferenças de opiniões para forjar o estilo da banda pode ser um ponto forte e até um diferencial. Ninguém é dono da verdade. Experimentar novos elementos, respeitando os parceiros, é uma forma de aprendizado. Claro que isso deve ser levado numa boa, todos devem se divertir com o que estão fazendo. A música é para gerar prazer, passar idéias, divertir, contagiar e contaminar. Vamos deixar a seriedade de lado, trabalho e prazer devem se misturar, mesmo quando tratam de temas sérios ou tristes.

As Velhas já estavam na estrada e tocávamos no underground paulistano com certa freqüência quando o Paulão chegou com uma música chamada B.U.C.E.T.A. (o que é que a gente quer). Ensaíamos a música e foi um mal-estar imediato. Ninguém queria tocar, achávamos que o pessoal iria jogar latas na gente. Nenhuma banda tinha gritado “buceta” com todas as desrespeitosas letras até ali.

Isso era o começo dos anos 90. Ainda não tinha Raimundos nas rádios e ninguém falava esse tipo de coisa. Paulão insistiu para que testássemos a canção e, se não desse certo, ele aboliria a idéia. Foi numa casa em Pinheiros chamada Garagem Rock, pra um público razoável que testamos, receosos, a nova música. Acontece que a dita cuja foi um “tremendo” sucesso ao vivo e

acabou norteando, para o bem ou para o mal, todo nosso trabalho posterior.

Acabamos encontrando um diferencial onde ninguém esperava. Isso só aconteceu porque a gente tinha um grau de comunicação grande, respeito um pelo outro para ouvir novas sugestões e coragem para colocar em prática. A convivência e a amizade são importantes tanto para o desenvolvimento da banda como para mantê-la viva. Mas foi a ousadia e teimosia do Paulão que gerou toda essa confusão. Ele seguiu sua intuição. Nem sempre isso dá certo. Ser persistente é uma coisa, agora ser teimoso e burro é outra bem diferente mas a linha que separa as duas coisas é tênue.

Amizade, lealdade, honestidade, respeito, um espírito de diversão, e saber que todos são importantes, mas ninguém é insubstituível, são qualidades essenciais para o bom relacionamento de um grupo de pessoas que resolveram trabalhar juntas. Felizmente, cada pessoa é um ser diferente e aprender a conviver com o diferente faz parte da vida. Pode parecer que estou falando o óbvio. Mas o óbvio muitas vezes é o mais complicado.

Encontrar um diferencial é importante, ter seu nicho de mercado, saber onde atuar e o que pode esperar. Saber suas limitações artísticas e transformá-las em vantagens, conhecer o público para o qual você vai trabalhar. Enfim, vamos tratar de muitas coisas nesse livro ainda.

Isso aí! Cair na estrada é sensacional! Melhor que qualquer outra coisa. Também é cansativo e desgasta os relacionamentos. É o exercício diário de agüentar o outro. Agora, o exercício de agüentar a si mesmo também deve ser praticado. Saber a hora de relevar, pardoar o outro e também ser complacente consigo mesmo de vez enquanto são atitudes que vão manter sua cabeça no lugar.

Como eu cuidava de toda essa parte “comercial” da banda achava que eles tinham que seguir o planejamento que eu tinha criado e, muitas vezes, isso não acontecia. Creio que como eu não levava em conta a personalidade de cada um, e numa banda trabalhamos

com egos, o planejamento só abrangia partes práticas e impessoais. Um grande erro da minha parte que demorei muito pra aprender. No plano de negócio leve em conta as pessoas que estão trabalhando com você. Procure entender seus anseios, isso vai amenizar seu trabalho e o resultado vai ser inacreditável.

Brigas e discussões sempre vão existir, é saudável questionar. Saber a hora de tocar a bola e continuar também é importante.

Lembre-se que nem sempre temos resposta para tudo e o show deve continuar. Mantenha seu sonho vivo sempre!

DIVISÃO DE TAREFAS – TODOS TRABALHAM

Saber dividir e delegar tarefas dentro da banda é fundamental para o crescimento. Com as metas iniciais em vista, resta trabalhar muito. Como toda profissão, o mundo artístico requer muito mais suor do que inspiração e talento pessoal.

No começo, quando os gastos superam em muito os ganhos, é preciso recorrer à ajuda dos amigos para um monte de tarefas que os integrantes da banda não conseguirão fazer.

Primeiro as músicas e ensaios, depois o show. Essas são as preocupações iniciais de uma banda. Principalmente se a banda for trabalhar composições próprias, deve ter um repertório coerente. Daí pra frente, a ajuda é mais que bem-vinda: é necessária.

Uma pessoa precisa fazer o site da banda. Volto a falar e vou repetir muito isso. Recorra a algum amigo que saiba fazer esse tipo de coisa. Ficaria sob responsabilidade dele cuidar da parte “internética” da banda. Fornecer o conteúdo fica a cargo das pessoas da banda. Fazer um site criativo e com bom conteúdo ajuda a arrebanhar fãs. Não fique de braços cruzados nessa fase. Dê idéias, invente, seja criativo, hoje a net oferece uma infinidade de recursos que podem dar ao seu trabalho um ar pra lá de profissional. Além de site existem uma infinidade de recursos e ferramentas oferecidas pela internet que podem e devem ser explorada. Um mundo novo ainda que, com criatividade, pode gerar frutos enormes pra um artista iniciante.

Uma pessoa de muita confiança pode ser uma espécie de empresário e produtor. O cara que vai cuidar da grana. Na verdade, ele vai administrar a falta de grana que é o começo da maioria das bandas. Esse cara é importante porque é ele que vai negociar os shows, ver quais as necessidades da banda, ficar ligado nos shows, sentir o que está faltando. Praticamente um outro membro. Vai participar ativamente e tirar um peso das costas dos músicos que é vender e produzir shows. Os músicos

devem ter muita paciência com essa pessoa se ele for um iniciante. Como tudo a produção também requer conhecimento, aprendizado e experiência. Esse cara vai se “formar” um bom produtor com a ajuda da banda. Quando um músico membro da banda toma a frente e vende os shows, ele trata com pessoas que muitas vezes são fãs ou empresários com pouco escrúpulo ou ainda pessoas que não sabem nada do assunto. Arrumar alguém que faça essa parte é essencial para a saúde mental da banda. Falo isso porque tanto o Paulão (que canta nas Velhas Virgens) quanto eu já fizemos esse trabalho e não foi uma experiência muito boa nem para nós nem para a banda.

Vou contar uma história rápida. Houve um tempo em que o Paulão cuidava de vender os shows e produzir. Fizemos um espetáculo numa cidade do interior de São Paulo. O show aconteceu dentro de um ginásio de esportes. O calor era infernal. O contratante não tinha pago o cachê ainda e tivemos que começar. Subimos, fizemos nosso show e lá foi o Paulão, de roupão e todo molhado de cerveja e suor, falar com o contratante pra acertar a grana da banda. Que situação! Imagine-se lá, todo molhado, suado, rouco, meio bêbado e cansado depois de um show e ainda ter que contar dinheiro. Não foi uma época fácil. Arrume alguém pra fazer isso.

Pessoas que ajudem a banda a montar e desmontar o palco, transportar instrumentos e amplis e dar uma força durante o show tornam o espetáculo mais ágil e dá um caráter profissional que vai contar pontos na hora de contratar. O bom funcionamento do palco, antes, durante e depois da apresentação deixam os músicos mais confiantes para fazer o que fazem melhor. Os contratantes se sentem seguros para fazer o show. Esse é outra peça que a banda pode “formar” dentro de suas próprias fileiras. Ensinar um amigo que esteja a fim de fazer o trampo pode ser uma saída. Muitas bandas tem rodies que começaram quando a banda não era nada e estão com os caras até hoje ou ficaram tão profissionais que partiram para outros vãos.

Não digo que as tretas e complicações não vão ocorrer. As confusões fazem parte do espetáculo. O lance é evitá-las ao máximo. E se tiver alguma coisa prejudicando o bom andamento do evento, não hesite em tomar uma posição e talvez até brigar pra coisa entrar nos eixos. Ser legal é a melhor coisa a fazer desde que não pisem em você ou atrapalhem a banda.

Todos os amigos que a banda puder arrebanhar para comparecer aos shows vão dar uma força grande. Os envolvidos devem fazer de tudo pra essas pessoas comparecerem. Cortesias, ingressos VIP, dar as demos pra eles decorarem as músicas, vale tudo pra manter os primeiros fãs!

Pra começar, é isso aí. Veja quantos “empregos” diretos ou indiretos geram uma banda. Todas essas pessoas são igualmente importantes e devem ser tratadas com respeito. Como podem notar, tem trabalho pra todo mundo. Então deleguem funções. Não queira centralizar tudo porque o espetáculo vai emperrar.

REPERTÓRIO E ATITUDE COERENTES

Escolher o repertório de acordo com a atitude da banda deve acontecer naturalmente numa sucessão de eventos que começam com as composições e vão até a escolha das músicas, muito provavelmente em shows. Essas músicas são levadas ao palco e testadas, algumas ficam e muitas caem fora, já fazendo uma seleção de repertório.

Alguns covers ou releituras de músicas com as quais a banda se identifique completam o espetáculo. Essas canções de outras pessoas devem ser pensadas. Primeiro, elas devem refletir o que é a banda. Segundo, na releitura o estilo de tocar deve ser preservado. Terceiro, a música deve se encaixar no repertório, não destoando esteticamente das outras canções.

Colocar uma música depois da outra de uma maneira que seu show faça sentido é outra tarefa árdua que somente a prática e muitos shows vão ensinar. O espetáculo como um todo merece cuidado.

O começo do show é o cartão de visitas. A banda, até a quarta música, tem que dizer a que veio. Depois de dar o recado, tem que conquistar a platéia e isso é feito à unha. Depois, é preciso finalizar bem, deixando aquele gostinho de quero mais nas pessoas. Não queira tocar demais se tiver composições próprias. A duração do show é importante para não cansar o público e dar a dimensão exata do que a banda quer passar.

Escrevi acima que as composições vão ficar ou sair naturalmente, mas o show deve ser pensado. São dois trabalhos diferentes. Deve-se discutir sobre essas questões com pessoas próximas e de confiança. Depois de analisadas as críticas, a vontade final que deve prevalecer é a da banda. Uma música pode ser testada e reprovada, mas não sem antes esgotar as possibilidades. Quando as Velhas Virgens gravaram o CD Sr Sucesso a música que dá nome ao disco corria sérios riscos de não entrar. Era uma letra longa e crítica. Um pouco fora dos padrões da banda. Sua

manutenção foi defendida por uma minoria e acabou sendo um grande sucesso em shows e tornou-se referência para o público. Assim como a música “Beijos de Corpo” foi gravada só no segundo CD e teve a participação da Rita Lee e tocou muuito no rádio. Mas foi cortada da primeira gravação proque não tinha uma introdução. Foi gravada sem intro mesmo!

Cuidado com suas músicas. Não desista delas rapidamente, esgote as possibilidades, senão vamos ficar fazendo músicas parecidas o resto da vida! A diferença pode causar estranheza numa primeira audição e até uma tendência contrária. Porém, se achar que deve lutar pela canção, lute. Não a deixe morrer sem tentar tocá-la ao vivo. Quem nunca ouviu um disco e detestou, mas depois de algumas audições começou a adorar? Isso também pode acontecer com algumas músicas. Porém há um limite. Use o senso crítico. Não lute por alguma coisa que seja ruim tecnicamente. Com letra ruim, melodia manjada, essas coisas. Ter auto-crítica é importante nesse começo.

Vamos para a atitude. Não vou questionar o posicionamento de ninguém. Eu tenho minhas convicções e espero que cada um tenha a sua. Vou falar da importância de se tomar uma posição. Uma atitude coerente ajuda a arrebanhar fãs. Não quero dizer que, tomada uma decisão, ela seja imutável. Muito pelo contrário! As posições estão aí para serem questionadas sempre. Quem não tem dúvidas não consegue se aprimorar. Surpreender sua platéia ajuda a causar um impacto interessante. Apenas tome cuidado com a coerência. Assuma suas posições e mantenha a atitude sem deixar de ousar. Em qualquer trabalho, a criatividade desinibida é a melhor e maior arma.

ENSAIOS

Transformar uma tarefa enfadonha em uma coisa divertida é a meta nesse ponto. Se a banda for unida por uma amizade entre os membros não é tão difícil. Mesmo assim, não é todo dia que as pessoas envolvidas estão a fim de ensaiar. Trabalhar é preciso. Deixar a banda afiada também. Portanto, mãos a obra.

Vamos começar pela estrutura de ensaios. Uma garagem transformada precariamente em estúdio, um estúdio improvisado dentro de um quarto, enfim, um lugar onde o equipamento possa ser montado pode ser utilizado. A preferência é que a banda não atrapalhe ninguém e que ninguém atrapalhe a banda. As interrupções são desagradáveis e contraproducentes. Hoje existem muitos estúdios satisfatórios e baratos espalhados por aí. O melhor é fazer uma vaquinha e ir pra um lugar feito pra isso.

O equipamento deve ser condizente com o espaço e a voz precisa ser privilegiada. Tocar alto é uma delícia, mas é preciso aprender a tocar de uma maneira que os músicos se ouçam. Todos os instrumentos são igualmente importantes e devemos saber mixá-los mesmo nos ensaios. Mais uma vez cuidado. Como estamos lidando com egos não vai funcionar se o líder da banda começar a gritar e a ofender os outros músicos. Peça com delicadez certas coisas como abaixar o volume, afinação e outros assuntos que podem melindrar. Com educação e respeito o trabalho vai funcionar melhor. Mas se tiver que brigar, brigue. Também não é produtivo ficar engolindo muitos “sapos”, mas antes tente ser gentil. Por experiência própria sei que a gentileza desarma o seu companheiro e torna o diálogo positivo.

Se a banda tiver letras que façam diferença no contexto, a voz deve ter um tratamento diferenciado. Ou se o diferencial for alguma outra coisa, esse elemento deve ser colocado em primeiro plano. O diferencial pode ser um destaque crucial na vida do artista. Estará apresentando para o público alguns elementos que ele não vê frequentemente e isso pode interessar não só aos futuros fãs, mas também servir de poder de negociação com

gravadoras, distribuidoras, empresário ou parceiros futuros. Saiba usar e buscar o que sua música tem de melhor e de diferente.

ORGANIZAÇÃO E PLANEJAMENTO

Montada a banda, as pessoas todas com interesses comuns, já tendo um repertório, enfim, tudo pronto pra começar a tocar e cair na estrada. Aqui podemos começar uma segunda fase que é o planejamento das ações. Reunir-se para estabelecer uma meta e traçar um plano para alcançá-la vai ser, com certeza, cansativo e desgastante. Isso não deve impedir que todos pensem muito bem sobre o assunto e participem das decisões. Um planejamento detalhado vai poupar contratempos futuros como gastos desnecessários e brigas internas. Todos devem estar de acordo sobre o caminho que devem seguir, isso vale para o lado artístico também.

Sempre tem alguém com uma visão mais clara do que será a banda, uma espécie de líder. Essa pessoa deve ser ouvida atentamente porque dela sairão idéias produtoras. Só que não deve ser sobrecarregado nem se sobrecarregar de deveres. Delegar as tarefas é tão importante quanto saber cumpri-las.

Falar abertamente para cada um melhorar dentro da banda, como pessoa e como instrumentista. Por melhor que seja o músico, existem limitações que ele deve saber reconhecer para poder melhorar. Os amigos podem ajudar conversando de maneira franca.

Colocar uma coisa depois da outra e não tentar atropelar o planejamento requer disciplina. E um músico sabe o que é disciplina. Parece estranho ouvir essa palavra em um trabalho onde tudo parece ser aleatório. Muito pelo contrário, assim como aprender um instrumento requer uma disciplina rígida, o planejamento e organização também requerem.

Claro que não precisa ser espartano. Apenas é prudente pensar sobre todas as possibilidades durante e depois do plano traçado. Muita coisa acontece no meio de caminho que pode alterar esse planejamento ou até mudá-lo completamente. Inclusive as cabeças dos integrantes da banda tendem a ampliar os horizontes.

Raciocinar em cima das possibilidades deve ser padrão. Usar a cabeça para poupar a banda de roubadas é importante. Analisar as situações com calma, não tomar decisões precipitadas podem, inclusive, evitar contratos perversos ou outras arapucas que com certeza todo mundo encontra pelo caminho. Fique atento o tempo inteiro. As chances são poucas e, quando aparecem, não devem ser desprezadas.

Faz parte desse planejamento conhecer os futuros parceiros. Não dá pra ficar misturando a banda com pessoas ou marcas com as quais não haja identificação. Cuidado com as iniciativas de curto prazo. Lembre-se que essas pessoas passam, vão para outros negócios e sua banda tem que continuar contando com os seus integrantes de sempre.

Usando como exemplo o futebol. Um grande patrocinador pode ajudar muito um time, mas é sua escolinha de formação que vai dar base e continuidade ao clube. Na música também é assim. Você pode ter a sorte de encontrar um patrocinador, de ter a música tocada na rádio ou estourar na internet, mas se você não tiver uma base e souber dar um próximo passo. Vai “jogar” bem um campeonato e no ano seguinte voltar pra segunda divisão. Sei que é difícil estar preparado para uma surpresa agradável como um sucesso no youtube, mas essa possibilidade deve ser aventada pra que, se acontecer, saber o que fazer com ela. Mais uma vez apelo pra criatividade do artista. Use isso a seu favor, não se prenda nesse sucesso efêmero. Quando essa chance aparece é que o trabalho e o cuidado com o futuro da banda devem ser redobrados.

Nesse ponto a internet deve ser usada e abusada. Hoje dá pra fazer clips, gravar shows e transmitir-los ao vivo pela rede, tudo com muita qualidade. Se usar a imaginação e conseguir fazer alguma coisa que toque no emocional do público isso acaba se transformando num “viral” e a banda cai no gosto popular de forma instantânea. Essa é a hora de aproveitar porque logo as pessoas vão querer outra novidade. Esses são os fatídicos 15

minutos de fama que falava Mc Luhan, só que hoje os 15 minutos se transformaram em segundos de fama.

MONTAGEM DO ESPETÁCULO (O SHOW TEM QUE CONTINUAR)

Agora que a banda está ensaiada e o repertório organizado, vamos ao show. No começo, a dificuldade de encontrar lugares pra tocar é enorme e a falta de contatos da banda, completamente normal. Não se desespere nem desista por conta disso. É uma fase que quase todos passam. De músicos a engenheiros. Seria como um estágio para ver se estamos aptos a trabalhar. Com perseverança, os shows vão começar a aparecer. Essa é a hora de cuidar da montagem do espetáculo.

Vamos começar pelo palco e pelo figurino. Temos que ter em mente que a palavra é “show”. Por mais que a música seja o principal elemento, o público vai para ouvir, mas também para ver e, às vezes, sentir um show. Os outros sentidos devem ser satisfeitos. Para os olhos, o palco e os figurinos são as primeiras coisas com que nos preocupamos.

O palco pode ter alguns ingredientes que incrementem o show. Panos de fundo pintados, projeção de imagens, elementos no palco condizentes com o espetáculo, pirotecnias, luzes e muitas outras coisas que a banda inventar. Aqui quem manda é a criatividade e quanto mais criativo mais excita os sentidos do público. Colocar em destaque o nome da banda é importante, principalmente se você é pouco conhecido.

O figurino que a banda irá usar também devem ser escolhidas de acordo com o show. Se haverá um figurino e troca de roupas durante o espetáculo ou não e como vão fazer essas mudanças são coisas que devem ser planejadas e ensaiadas.

Claro que não estou falando pra gastar rios de dinheiro! Tudo isso é fácil e barato de fazer. Basta recorrer ao velho esquema de chamar os amigos pra ajudar. Sempre tem alguém que desenha bem, outro que conhece uma costureira. Enfim, peça ajuda. Não fique querendo resolver tudo sozinho que não sai.

A movimentação no palco também é importante, mas isso a banda vai acabar achando um caminho. Ouça o que os outros têm a dizer sobre a tal performance. Ouça, pense no assunto e depois aja exatamente como você quiser. Se na sua cabeça não deve mudar, não mude, não desista facilmente de uma idéia que pode ser original e, por isso mesmo, incomodar.

O show deve ser provocante, divertido, a banda deve estar tocando de acordo com seu som e usando a criatividade. Se você crê que está no caminho certo, vá em frente, mas se você achar que as críticas fazem sentido, pense no assunto. Agüentar críticas e saber usá-las a seu favor pode amadurecer e profissionalizar a banda rapidamente.

COMO REGISTRAR AS MÚSICAS

Primeiro os autores podem registrar as letras como um livro de poesias na Fundação Biblioteca Nacional. Entre no site www.bn.br, vá em serviços e entre em direitos autorais. Ou se preferir, o endereço é Av Rio Branco, 219, Rio de Janeiro. Dê uma lida em tudo pra ver como funciona o registro.

Para colocar as músicas no CD existe um cadastro que se chama ISRC. Isso significa International Standard Recording Code, código internacional de regulamentação de gravações, em português claro. Se quiser saber mais, entre em qualquer site de busca e pesquise ISRC.

Resumindo, é como se fosse o RG da canção. Esse número vai para o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), onde vai ficar identificado e eles fiscalizarão e recolherão os direitos referentes às canções registradas. Há muita controvérsia sobre o assunto. Uns são a favor; outros, contra. A verdade é que, por enquanto, esse é o meio legal para sua criação poder ficar protegida. Quem quiser saber mais pode entrar no www.ecad.org.br, dar uma olhada e tirar suas próprias conclusões.

Para conseguir o ISRC, o músico e a banda precisam fazer parte de uma associação de compositores e intérpretes. Existem muitas delas pelo Brasil. Converse com outros músicos e se informe. Procure a que melhor pode atender às suas necessidades. Essa associação vai entregar um programa que irá gerar a numeração das músicas do Cd ou DVD ou outra forma de mídia e então será encaminhado ao Ecad mediante uma busca para ver se não existe outra criação igual à sua. No site do Ecad tem a lista de todas essas associações.

O registro das músicas, seus autores e intérpretes são importantíssimos para salvaguardar os envolvidos. Lembro-me de um caso envolvendo o Skank. Um rapaz numa cidade no interior do Nordeste mandou uma carta aos jornais dizendo que as músicas do Skank (se eu não me engano do CD Calango, que

chegou a vender mais de 1 milhão de cópias) eram de sua autoria e que Samuel Rosa e Chico Amaral haviam “roubado” suas composições. O registro dele era de um obscuro cartório de sua cidade. Houve uma certa polêmica que não levou a nada e que foi tratada com muita elegância por Samuel e Chico. A mídia, no furor de conseguir notícias não checkou corretamente as fontes, e tudo não passou de uma farsa desconcertante. Acabou ficando pior para o jornal que publicou e o Skank saiu fortalecido, mesmo porque não deu importância ao fato. No final, eles tinham todos os registros (na época chamava-se GRA), músicas devidamente editadas e não copiaram coisa nenhuma. Montes de casos de plágio correm o mundo e a justiça tem que ir atrás dos registros e analisar todas as provas.

Quem quer ser independente precisa aprender a se resguardar. Se bandas internacionalmente conhecidas sofrem e correm o risco de plagiar ou serem plagiados, o que se dirá de bandas que seguem um caminho mais obscuro? Ter uma música roubada e depois ouvi-la com outras pessoas deve ser uma das situações mais frustrantes no meio musical. Por tudo isso, o registro é importante.

Outro assunto obscuro e controverso é a famigerada Ordem dos Músicos do Brasil (OMB). Em muitos lugares, principalmente ligados a instituições governamentais, não é permitido shows de músicos que não sejam filiados à ordem e não mantenham suas anuidades em dia, tanto da OMB como do sindicato. O problema é que muitas pessoas questionam a validade desse órgão, principalmente porque eles fazem e trabalham pouco pelo músico e pela música no país. Essa é uma Autarquia Pública Federal. Dá uma olhada no site e veja com seus próprios olhos. O músico fica com duas opções: ou se filia e passa a pagar regularmente sem ter a pretensão de receber algum serviço em troca ou entra na justiça (e já existem precedentes principalmente uma de 20 de março de 2001 executada pelo juiz Wellington Mendes de Almeida, juiz da 4ª vara federal) para conseguir uma liminar que o libere da apresentação da carteira da OMB.

Pra ficar por dentro, entre nos sites de busca, peça OMB e leia tudo que puder. Informação é poder.
Hoje como sempre foi a informação é poder.

A MARCA

Toda banda que quer crescer tem que criar uma identidade visual. Toda banda grande tem uma marca bacana e muitas vezes até personagens que acompanham os impressos que forem fazer. Nas Velhas, a gente fazia uso das garrafinhas e por muito tempo elas foram mais famosas do que a gente de tão acertada que foi a escolha. O Iron Maiden é o maior vendedor de camisetas no Brasil e isso se deve, em grande parte, ao seu mascote caveiroso, o Eddie. Esses são só alguns exemplos. Cada um cria uma marca à sua própria maneira.

A marca vai ajudar a fixar o nome da banda, a ter uma identidade visual e a se desdobrar em produtos que podem ajudar muito no ganha-pão das pessoas envolvidas.

O processo de criação não é fácil e requer uma pessoa que entenda do assunto. Chamar um *designer* pra finalizar a marca vai ser necessário. Esse profissional vai reunir todas as idéias da banda e transformá-las em identidade visual. Não deixe isso nas mãos de qualquer um. Chame alguém que realmente entenda do assunto. Essa pessoa acaba aparecendo na vida da banda. Geralmente é alguém que curte o som e quer dar sua contribuição.

Para chegar as idéias que irão se transformar na marca da banda é preciso conversar muito antes de ir ao ponto. Faça um *brainstorm* para começar a selecionar as propostas. Inicialmente, não descarte nenhuma idéia. Analise todos os ângulos do problema e se for preciso chame pessoas ligadas à banda e que conheçam o som para ajudar nos palpites. O *brainstorm* é para se falar tudo, besteira ou não, e tudo deve ser levado em conta. Uma idéia absurda pode gerar outra que tenha consistência.

Terminada a fase das idéias absurdas, separe o que realmente interessa e chame o *designer*. Ele vai saber o que fazer. Vai pegar tudo e transformar a tempestade de idéias em algo coeso e com a cara que a banda quer ter.

Depois de criados, logotipos, marca e personagens passam a fazer parte do dia-a-dia da banda. Deve ser usado em tudo o que puderem. Todos os comunicados devem ter os desenhos. Como o nome diz, marca é para marcar realmente a existência da banda. Sua marca pode se transformar em um bem muito valioso. Tenha cuidado e carinho por ela.

Registrar a marca é importante também. Vamos recorrer a mais um exemplo. O Natiroots tinha um outro nome antes que era Nativos. Os Nativos originais são uma banda do Sul que tem uma carreira antiga fazendo música regional. Os meninos de Brasília não sabiam que tinha uma outra banda com o mesmo nome e fizeram um grande sucesso chamando-se Nativos. Houve todo um processo judicial pra saber de quem era o nome e a banda do Sul acabou provando que era mais antiga. A banda de reggae de sucesso teve que mudar. Imagine o trabalho de marketing que tiveram que fazer para mudar o nome que já estava divulgadíssimo com uma banda de sucesso?

Se ambas as partes tivessem se preocupado em registrar o nome, isso poderia ter sido evitado. Tanto a marca como o nome podem ter seu registro no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial). Não é muito complicado. Pode entrar no site www.inpi.gov.br e procurar saber o caminho. Depois recorra a um advogado que faça esse tipo de trabalho. Sei também que não é caro. Dá pra fazer em parcelas. De qualquer maneira, para ter o registro final vai demorar no mínimo dois anos, que é o tempo gasto para percorrer todos os caminhos para verificar se não há nenhuma outra marca igual. Esse é outro ponto que merece um cuidado especial. Registrar a marca e o que for criado a partir dela resguarda a banda de possíveis plagiadores.

ORGANIZANDO A ASSESSORIA DE IMPRENSA E A DIVULGAÇÃO

Organizar a bagunça que é uma banda é muito complicado. Divulgar um artista novo, então, mais complicado ainda. De novo vou repetir: “Peça ajuda!” Alguém que cuide de coisas simples, mas que necessitam de um certo preparo e disciplina. Criar sua própria assessoria vai deixar a banda numa posição privilegiada. Não vou aqui me atrever a falar tudo sobre assessoria e divulgação. Isso daria um outro livro. Mas posso dar algumas dicas de como fazer a coisa começar a andar de um jeito simples e barato.

Assessoria

O assessor é aquele que vai escrever os *releases*, enviá-lo para os veículos de comunicação, se comprometer a conhecer esses meios e as pessoas que trabalham nele. Vai tentar arrumar entrevistas e acompanhar a banda nessas empreitadas. Manterá um cadastro sempre atualizado. Essa pessoa tem que realmente vestir a camisa da banda. Trata-se de um membro do time tão importante quanto o empresário.

Press-release

Esse é o cartão de visitas da banda. Tem que ser breve e sucinto, conter todas as informações jornalísticas que um veículo de comunicação precisa para dar uma notícia. A cada show, aparecimento na mídia ou qualquer coisa que a banda achar que pode virar notícia tem que ter um *release*.

Cadastro de mídia

Essa mesma pessoa deve organizar um cadastro de mídia com todas as pessoas para as quais vai enviar *releases*, fotos, demos, etc. Existe um lance chamado Anuário de Mídia, que pode ser comprado e não é caro. Lá tem todos jornais, rádios, TVs, sites e revistas do país inteiro com endereços, telefones e e-mails atualizados. Se quiser fazer a coisa em uma escala maior, eu recomendo.

Fotos

Fazer uma foto legal também ajuda na venda de shows e a sair em jornais e revistas. Nada de coisas amadoras. Isso é jogar dinheiro fora. Faça a coisa certa desde o começo. Procure um fotógrafo com mais experiência, faça uma boa produção de roupas, locação, maquiagens e o que mais precisar. Tudo deve parecer profissional e organizado.

Cadastro de rádios

Esse deveria entrar no cadastro de mídia, mas acho interessante fazê-lo separadamente. Existem muito mais rádios no Brasil do que a gente imagina e muitas delas são carentes de material. Então colocar uma música em algum sistema digital e mandar pra todas essas rádios pode surtir um efeito inesperadamente positivo. Conheço muitas bandas que acabaram entrando em paradas de sucesso nos lugares mais inusitados. E isso se transforma em shows! Quando não dá pra enviar por e-mail, vale a pena mandar o próprio CD como divulgação. Antes, porém, ligue, converse com o responsável da programação, avise que o material está sendo encaminhado. Fazer amizade com essas pessoas é importante. Muitas vezes vale a pena dar uma ligada de vez em quando e conversar com os programadores, principalmente das rádios que não são da capital. Isso vai ajudar na hora de ouvirem o material com o carinho que seu trabalho merece.

A MÚSICA E O MÚSICO COMO PRODUTOS

Vender música é muito diferente de vender sabonete. E não me venha com essa de "Minha arte!", se sua arte não tem um mercado ela só existe pra você e vai morrer na garagem. Por isso toda música por menos "comercial" que possa parecer é comercial desde que tenha alguém disposto a comprá-la.

A marca e os personagens devem ser transformados em produtos. As primeiras coisas que vêm em mente são CDs, DVDs e camisetas. Esses são os produtos iniciais que uma banda pode ter. Eles têm que estar à venda no site, disponíveis no show e, se possível, distribuídos do jeito que der por locais de venda. O seu público precisa ter acesso ao produto lançado de alguma maneira.

O que acontece é que muitas bandas estão pulando essa fase, na verdade acrescentando uma anterior. Gravam uma ou duas músicas, fazem um clip e as colocam em todos os lugares da rede. Desde youtube, myspace, até sites de liberação de músicas. Essa divulgação é praticamente gratuita e dá resultados maravilhosos. Tem muitos casos de bandas que simplesmente arrebentam na net. Longe de grandes selos. "Apenas" com muitas boas idéias e organização. Pense e invista muito do seu tempo nesse tipo de divulgação. Isso lembra muito quando as bandas lançavam "singles". Aqueles discos com duas músicas apenas. A diferença é que hoje não precisa do suporte físico. Sua música pode se espalhar muito pela rede.

Para os outros produtos saírem com a cara da banda é preciso novamente apelar para a criatividade. Fazer coisas que não tenham custo alto, uma tiragem limitada e que sejam do interesse das pessoas que vão ao show é a meta. No começo dar ao seu fã uma coisa que pareça exclusiva vai fidelizá-lo.

A exclusividade é um "luxo" pessoal. Seu fã possuir uma coisa que só ele ou poucos iniciados vão ter tem um efeito muito positivo.

Quando gravamos nosso DVD de 25 anos fizemos um financiamento coletivo para conseguir a grana da gravação. A grande sacada que desencadeou o sucesso da ação foram as “vantagens exclusivas” que oferecemos. Pensei, junto com nosso produtor Paulo Anhaia, numa música onde a gente faria uma homenagem a cada “patrocinador”. Isso é, o cara entrava no financiamento e ganhava todo um kit com DVD e camiseta autografados e ainda uma música com o seu nome. Foi um sucesso enorme, arrecadamos mais que o inicialmente previsto e rendeu muita mídia espontânea. Colocou a banda em outro patamar de credibilidade dentro do mercado. Além da gente conseguir finalmente pagar um monte de colaboradores que antes não recebiam nada pra tramar. Vou falar mais sobre essa modalidade de financiamento mais pra frente.

Nas Velhas nós criamos uma gama de produtos que vendemos nos shows e no site. Como nossa marca é representada pelas duas garrafinhas e falamos de cerveja, fizemos um kit que vem uma caneca de chopp com os desenhos e um abridor de garrafa de metal entalhado. Como nós falamos de sexo e sacanagem, criamos uma linha de calcinhas com alguns títulos de nossas músicas estampados. Coisas como “O que é bom tá guardado” ou “Você não sabe como é bom aqui dentro!” Quando o assunto é cd e dvd criamos um braço da gravadora que se chama pirataria autorizada onde gravamos shows importantes (tanto áudio como imagem) e depois lançamos os nossos próprios piratas num preço muito menor. Esse tipo de lançamento é um sucesso nos shows. Estamos fabricando nossa própria cerveja Indie Rockin’beer e com ela outra linha de produtos sendo criada. Temos também livro com as histórias da banda, graphic novel das Velhas e um linha grande de camisetas clássicas e outras tantas pra cada tour.

Mas o nosso principal produto é o show. Fazemos o possível pra que ele seja profissional. Viajamos com cenário, troca de figurinos, abertura, telão etc. Nem sempre foi assim mas em maior ou menor grau usamos a cabeça pra fazer um espetáculo quase circense. Com a gente funciona bem e conseguimos tocar em festas onde, geralmente, não tocam bandas de rock. Até somos

muito criticado por tocar em eventos bandas de axé, pagode ou sertanejo. Mas nós acreditamos que o Rock como qualquer música popular tem que ser popularizado e quanto mais gente vendo o show melhor.

Procuramos fazer produtos dentro da nossa linha de música e da nossa atitude. Funciona e vende muito bem, além de ser uma boa notícia para a imprensa.

Como esses, a banda pode inventar muitos produtos para comercializar e assim poder fazer um caixa. O caixa é importantíssimo! Ele viabiliza as próximas gravações, novos produtos, um clipe novo e até a vida dos integrantes da banda.

COMERCIALIZANDO PRODUTOS

Se você está entrando no mundo musical buscando ganhar muito dinheiro, já começou errado. Tirando as armações que todo mundo sabe que existem (vide essas coisas da TV ou de mega-empresários), desconheço outras bandas de sucesso que embarcaram nessa visando, num primeiro momento, grana. Tudo bem, depois que estão dentro do esquema muitos apelam pro lado comercial, aí já num segundo estágio. Mesmo assim, quando acontece de a grana ser a primeira preocupação, a criação artística vai para um segundo plano e o artista vira alguém de segunda categoria também, passando a não fazer mais diferença nenhuma a não ser o lucro. A grana que vai ou não entrar deve ser uma consequência do trabalho e não o fim.

Todo trabalho tem um percurso a seguir. Um caminho pelo qual o artista se realiza e satisfaz as vontades de um determinado público. Esse percurso passa por perguntas como:

O que realmente o artista quer?

O que cada um acha importante?

O que queremos passar com nossas atitudes?

Onde queremos chegar?

Enfim, o porquê de estar fazendo um determinado trabalho. Isso vale para qualquer profissão. Quem está nessa tem que adorar o que faz. Entendo que grana é importante, mas, quando se faz com amor, fica muito mais fácil concretizar a superação do ofício que é onde todos querem chegar. Quando se trata de realização artística, a palavra superação está em primeiro plano.

Depois do sermão voltemos ao tema. Com os produtos prontos, temos muitos caminhos para a sua comercialização. Vou começar com algumas formas de distribuição que já usamos:

Loja na internet: Conseguir uma loja própria para comercializar os produtos na internet diretamente com os fãs pode gerar uma receita interessante para a banda. Essa loja elimina as pessoas que ficam entre o produto e o consumidor. Resultado disso é

podermos vender o produto mais barato e ter uma lucratividade maior.

Antes de começar a loja das Velhas Virgens na internet em parceria com a O2 Estúdio Web em 1998 fizemos um acordo com a Som Livre Virtual já prevendo um crescimento desse tipo de mercado. Nós fazíamos os produtos e a Som Livre vendia no site. Chegamos a ficar em primeiro lugar como banda mais vendida na loja virtual deles. Nós colocávamos um link do nosso site diretamente para eles. Isso facilitava as vendas e nós poderíamos dizer que nossa distribuição abrangia o país inteiro, já que a Som Livre entregava em toda parte. O importante de ter o CD disponível para o Brasil inteiro é que podíamos mandar músicas para todas as rádios que rolava uma chance de tocar. Foi uma alternativa pra espalhar o nosso nome. É um trabalho duro porque são mais de duas mil rádios espalhadíssimas, e cerca de 500 delas tocam rock. O tempo para trabalhar direito o CD nas nossas condições era de mais ou menos dois anos. Hoje as coisas mudaram e tem que ser tudo muito mais rápido. Temos menos de um ano pra fazer a divulgação antes que o produto fique “velho”. A correria do mundo moderno e ultratecnológico.

Em 2000 já tínhamos nossa própria loja. Assim eliminamos o intermediário e também pudemos acrescentar outros produtos. De lá pra cá a loja já cresceu, tem mais de 15 mil pessoas cadastradas e que são clientes assíduos. Um cadastro que nos conecta diretamente com quem curte a banda. São mais que fãs, são nossos amigos!

Banca de revista: Para essa opção não basta ter o CD, é necessário fazer uma revista também e conseguir um distribuidor profissional. Hoje existem distribuidoras que só trabalham com CDs em bancas, são eficientes e honestas. O que a banda precisa pensar a respeito dessa alternativa de distribuição? Se ela tem um público grande o suficiente para comprar o CD, se esse público é pulverizado ou localizado, se o custo benefício vale a pena e se vai ter um lugar apropriado na banca. Lembre-se que atualmente a banca de revista está abarrotada de produtos com ou sem apelo

comercial e o seu pode virar mais um na prateleira e nem seu fã mais ardoroso vai achar. Nesse sentido existem editoras que são especializadas em lançar CDs independentes e pode-se fazer parcerias. O lance é ficar de olho nas bancas e procurar conhecer tudo e todos.

Em 1999, as Velhas Virgens tinham um CD gravado nas mãos e um dilema. Ninguém queria a banda, muito menos um CD de rock soando antigo. Como eu era sócio em uma editora de história em quadrinhos junto com o Alexandre Montandon, resolvemos criar nossa própria alternativa. Primeiro fizemos o selo e depois nos associamos à Brainstore (uma editora especializada em HQs) e entramos nessa de fazer o primeiro CD de músicas inéditas lançado em bancas no Brasil. Fizemos a revista pôster e a primeira tiragem foi de doze mil exemplares. Era muito CD pro nosso tamanho na época. Vendemos um pouco menos da metade nas bancas e isso nos deu força pra reassumir as rédeas de nossa carreira. Parece pouco numa tiragem como essa vender cerca de quatro mil. Para nós era muito e isso rendeu exposição na mídia, rádios começaram a nos tocar novamente, principalmente no interior e no Sul e voltamos a fazer muitos shows, que, no final, é o que interessa. Os CDs que voltaram foram redistribuídos de outra forma, como contarei a seguir.

Distribuição: Aqui podemos colocar dois tipos de distribuição. A primeira nós tentamos logo após o lançamento do Sr. Sucesso nas bancas de revistas. Começamos a organizar um método para distribuir os CDs que voltariam do encalhe. Eles iriam para a loja sem a revista e com um preço mais elevado. O problema é que o encalhe vem todo detonado. As caixinhas de CD estavam quebradas, as revistas amassadas. Tivemos que comprar as caixinhas, refazer a montagem e mandar lacrar tudo de novo. Foi um trabalho duro que quem quiser fazer bancas de jornal deve estar preparado para encarar.

Entramos em contato com vendedores de outras gravadoras que eram autônomos e pegavam outros produtos pra vender. Separamos as regiões que já fazíamos shows ou que havia alguma

rádio tocando a gente. A galera que visita o site é importante para a banda medir onde é melhor atacar. Já que o dinheiro é pouco, as jogadas devem ser feitas nos lugares certos e, a partir daí, crescer e conquistar outros mercados. Tínhamos um vendedor que fazia Rio Grande do Sul, um em Santa Catarina, um no Paraná, um no interior de São Paulo e outro na capital paulista. Essas pessoas são muito importantes porque sabem pra quem vender e quem é realmente bom pagador. Imagina uma gravadora pequena com problemas para receber as vendas. Ficaria um caos. Mesmo assim, ainda havia inadimplência. Também corremos o risco de ter problemas com os próprios vendedores. É preciso conhecê-los bem, pegar toda informação possível para evitar perdas.

Os vendedores mandavam os pedidos das lojas e nós faturávamos para eles em 30, 60 e até em 90 dias pra pagar. No começo é muito complicado, mas com o andamento e a organização melhorando as vendas começaram a surtir efeito. Minha falta de experiência organizacional na época não me permite fazer hoje uma avaliação precisa daquele período. O que posso dizer é que vendi entre os três CDs que tinha na mão mais de vinte mil cópias.

O segundo tipo é encontrar alguém que faça esse trabalho. A lucratividade é menor, mas a dor de cabeça também. Hoje em dia nós usamos uma distribuidora profissional (a MNF de Curitiba, uma distribuidora familiar cujo dono virou nosso amigo, o Eron). Outra vez vou voltar ao lance da parceria. Mandamos os CDs para todas as distribuidoras e conversamos com muita gente até encontrar alguém que se encaixava na nossa filosofia. Esse trabalho está sendo realizado com sucesso desde o final de 2001 e já rendeu mais de 50 mil CDs vendidos, o que não é pouco para o nosso tamanho.

Aqui é uma questão de escolha. Se a banda conseguir montar sua própria rede de distribuição vai ficar com rentabilidade maior e muito mais trabalho também. É uma opção que vale a pena pensar. Isso vai requerer disponibilidade de tempo, paciência, pesquisa e contatos. Agora, se tiver uma parceria bem estruturada,

pode render bastante e diminuir as preocupações da banda, que passa a cuidar mais do lado artístico.

Existem outras formas de distribuição que ainda não usamos. Postos de gasolina, as cabines que vendem livro no metrô, que também já têm CDs, entre outros exemplos. Usando a cabeça, cada um pode conseguir uma distribuição diferente. A criatividade aqui pode render muitos frutos e mídia para a banda.

Para comercializar o CD, também devemos pensar e padronizar algumas coisas. A qualidade do produto deve ser impecável. Foi-se o tempo em que independente era sinônimo de alguma coisa tosca. Hoje vemos trabalhos belíssimos, desde encartes sofisticados até CDs com partes multimídias. Agregar valor ao seu produto sem perder de vista seu trabalho. É uma forma de se diferenciar.

Saber “precificar” o produto também faz parte da comercialização. Quando nós começamos a vender por conta própria, fizemos uma venda monstruosa no RS. Vendemos para os dois maiores atacadistas de Porto Alegre. Isso foi antes de ter profissionais trabalhando com a gente. Era o Montandon, na época meu sócio nas roubadas, e eu mesmo que íamos com o produto debaixo do braço. Vendemos 500 peças em um e 300 no outro. Estávamos felizes da vida quando travei amizade com um vendedor mais experiente que me deu algumas dicas. O que pra mim era uma venda ótima se mostrou uma tremenda burrice. Colocamos os preços do jeito que o comprador quis por ele me oferecer algumas pequenas, pra não dizer irrisórias, vantagens. Finalizando a história, demorei vários anos para conseguir vender no preço normal os CDs naqueles dois atacados. Na linguagem deles, queimei a praça! O CD foi jogado em várias lojas naqueles sacolões num preço miserável junto com CDs de qualidade muito inferior. Depreciei o que eu tinha de mais importante e ainda tive que ouvir que o comprador iria comprar de qualquer jeito. Era só saber negociar. A vida não é tão simples.

Saiba colocar o preço no seu produto. Se você não souber, peça ajuda a alguém mais experiente. Vai fazer diferença, garanto. Não quero ninguém passando o que passei, e com cara de trouxa!

Outra forma e essa mais moderna é a venda na internet. Se você não tem uma gravador é muito complicado já que sites como o iTunes só pegam músicas de gravadoras. Mas existem opções fora isso. No mercado mundial você pode colocar seu cd no Cdbaby ou outros parecidos e vender as músicas pela internet. Não gosto da idéia de dar as músicas. Isso divulga mas deprecia o trabalho. Pedir alguma coisa em troca é sempre uma idéia boa. Claro que isso não via impedir que suas músicas sejam pirateadas e, em muitos caso, é até bom ser pirateado. É sinal que estão gostando. Uma cultura ruim mas é o que temos no Brasil e que não está com cara que mudará a curto ou médio prazo.

Agora vamos falar sobre os vinis. Tem bastante gente fazendo isso. A prensagem é cara. No Brasil existe apenas uma fábrica mas é possível fazer nos EUA ou em Londres a bons preços. Muitas bandas andam fazendo discos a moda antiga. Com encarte bonito e vinis coloridos. Ótimos itens de colecionador.

Andei pesquisando também o play botton. Um botton que é um tocador de mp3 e você pode colocar um CD inteiro dentro dele. Uma mania na Europa e nos EUA e um item de colecionador muito bonito. Pequisem.

REPENSANDO O CD

E pensando no futuro desse mercado é que eu acredito que as pessoas envolvidas devam começar a criar outros tipos de distribuição e até mesmo repensar a mídia. O CD como conhecemos é um animal em extinção. As músicas serão distribuídas de outras maneiras e quem conseguir encaixar-se nesse novo mundo vai se sair muito bem. Por enquanto eles estão aí e ainda vão ter alguma sobrevivência e talvez até virem outra coisa. Um produto que ainda pode dar alguns frutos é o DVD mesmo que seja um DVD-R. Aqui a qualidade das imagens manda menos que a qualidade do conteúdo. Quando se tem fãs é interessante gravar tudo o que acontece com a banda. Pode ser de um jeito amador mas isso num futuro próximo pode virar um extra muito divertido e as pessoas adoram esse tipo de coisa. Além disso essas imagens podem ser colocadas nos sites de vídeos. Colocar em todos os lugares, criar comunidades e divulgar esse material é importante para a banda se tornar conhecida. Outra vez pode abusar da criatividade e ousar. Se você conseguir emplacar um produto diferenciado terá grandes chances de fazer sucesso e fazer um capital pra se organizar melhor. O CD e o DVD tem futuro incerto e curto, por isso nada de ficar na mesmice, tem que ser ousado.

PARCERIAS

Neste livro, falei e ainda voltarei a falar em parcerias. Ter pessoas e empresas ajudando no bom andamento da carreira de uma banda facilita e encurta imensamente o caminho a ser trilhado. Essas parcerias vão desde o amigo que pode ajudar até uma grande empresa para distribuir ou fabricar o CD. Não tente fazer tudo sozinho. Procure ajuda, estude, conheça as pessoas, se envolva no seu negócio. Tirando a parte artística, todo o resto pode ser feito em parceria com outras pessoas.

Aqui vão alguns exemplos das parcerias que uso ou usei com as Velhas Virgens. Não é um modelo a seguir. Cada um tem necessidades e amizades diferentes que poderão ser usadas. Use a cabeça e faça a parceria certa.

Uma parceria com um estúdio de gravação: Nós trabalhamos durante muito tempo com um amigo que tinha um estúdio e nos ajuda na produção dos CDs. O custo não chega a cair para zero, mas barateia bastante, além de nos dar tranquilidade quanto à qualidade das gravações. Quebra um galho quando a gente precisa fazer alguma vinheta para rádios ou ensaios em estúdio. Travar contato com essas pessoas pode valorizar o seu trabalho e simplificar a vida da banda.

As parcerias na distribuição: Antes nós pegávamos vendedores para fazer a distribuição. Era parceria porque eles não possuíam vínculos com a gravadora. Era como se fossem nossos associados. O contato era direto. Eles eram os primeiros a ser informados dos locais de shows e eventos. Assim ficava mais fácil vender os produtos em loja. Atualmente trabalhamos em parceria com uma distribuidora. A lucratividade é um pouco menor, mas eles cuidam da pior parte, que é a fabricação, envio e cobrança. Nosso contrato não é de prestação de serviço, e sim de uma associação. A Gabaju Records se associando à MNF distribuidora e a Unimar. Essas pessoas conhecem o difícil ofício de vender. Não menospreze o trabalho deles e dê todo apoio que puder.

As parcerias na internet: Trabalhamos com um estúdio de web (a O2 Estúdio Web, do André) que mantém o site atualizado e cuida da loja virtual. Foi com a força deles que conseguimos muitos progressos. Entre eles, um cadastro gigante de fãs. Podemos mandar boletins informativos tanto para pessoas que gostam da banda como para os que compraram os produtos na loja. Dentro disso, fazemos parcerias com sites de rock, de baladas, de música e tudo que puder relacionar o nome Velhas Virgens na rede.

Shows: Vender os shows não é a tarefa mais fácil do mundo. Por muito tempo a gente mesmo fez isso. Não aconselho. É muito ruim pra imagem da banda cuidar de coisas como produção no local e dinheiro. Muitas vezes tivemos que brigar com contratante por eles não cumprirem as coisas prometidas. Arrumamos amigos que cuidavam disso. Pessoas em quem a gente podia confiar. Melhorou um pouco nossa vida. O ideal é ter um escritório que faça a coisa toda. Desde o contato até a fechamento do contrato. Essa pessoa vai acabar aparecendo na vida da banda com os futuros conhecimentos que todos terão estando na estrada.

Advogado: Todo mundo é amigo de um advogado. Se precisar peça ajuda, se pintar algum contrato, dê para o cara ler. Não resolva questões jurídicas sem pedir uma versão profissional em hipótese nenhuma. Já tivemos os mais diversos problemas com isso por nos acharmos muito “independentes”. Independência é uma coisa burrice é outra.

Apoio para shows: Essa é a galera que acompanha, ajuda a carregar, montar e desmontar o palco. Pessoal da infraestrutura do espetáculo. Se for o caso de uma banda que começa a viajar, vale a pena ter um serviço de transporte (vans ou ônibus) que seja de confiança. Também contar com apoio para instrumentos e amplificadores (no nosso caso a warm music) é outro ponto a ser buscado.

Designer: Temos uma pessoa que cuida de toda a parte visual da banda e quando precisamos de outro tipo de arte chamamos amigos desenhistas que gostam da banda pra nos ajudar. Tudo sob

a supervisão do nosso designer que tem uma idéia bastante abrangente do trabalho da banda.

INTERNET COMO VITRINE

Se tem um lugar onde fica barato colocar sua cara é a internet. Ter um site bacana que ofereça muito conteúdo para as pessoas conhecerem a banda não é tarefa das mais complicadas e o custo benefício é ótimo. Nosso site (www.velhasvirgens.com.br) tem todas as informações que uma pessoa precisa sobre Velhas Virgens.

Temos todas as músicas no formato MP3 (e teremos em qualquer formato que aparecer) que serve tanto para as pessoas gravarem quanto para uma rádio que queira pegar a música para colocar na programação. Dizem que as músicas na internet atrapalham as vendas. Nossa experiência mostra o contrário. Quanto mais as pessoas conhecem, mais elas vão atrás dos produtos. Não tenha medo de colocar no ar. A banda só tem a ganhar com isso.

Também fornecemos todas as informações para contratantes. Datas de shows, contratos, *input list* (lista de equipamento pra shows), *room list* (lista para reservas de hotel), as exigências da banda, fotos para divulgação e *releases*. O contratante não perde tempo. Basta fazer um *download* e ter tudo à mão.

Links para vendas na internet de produtos. Discografia completa com ênfase no lançamento. Links para patrocinadores e parceiros. Aqui você pode negociar as parcerias com lojas de música, amplificadores, palhetas e o que mais conseguir. Quanto mais entradas no site, maior será o poder de negociação da banda.

Informação para imprensa. Fotos recentes e releases atualizados para jornais, revistas e rádios. Isso evita que fiquemos mandando aqueles e-mails gigantes que ninguém consegue abrir.

Fazendo isso e o que mais sua criatividade mandar a banda tem um site que poderá ser realmente uma vitrine para novos fans e bons negócios.

Também colocamos tudo que podemos nos sites que mostram vídeos ou música gratuitamente. Inclusive trechos de DVDs e clips novos. Esse é o lugar de maior apelo para as bandas! Não menospreze a internet ela é tudo que você pode ter no começo e se bem trabalhada é tudo o que você precisa.

INTERNET COMO COMÉRCIO - LOJA VIRTUAL

Produtos: Inicialmente os produtos são os mesmos para todas as bandas. De acordo com o perfil do público consumidor poderá ser criada uma linha de outros produtos mais específicos.

Produto: Música na net, CD e DVD

Fornecedor: Há vários tipos de fornecedores nesse caso.

1. A banda pode ela mesma prensar uma quantidade de CDs e colocar a disposição da loja.
2. Se tiver uma distribuidora, terá que fazer um contrato relativo à compra de CDs para a loja a preço de custo.
3. Se tiver uma gravadora, negociar a venda no site.
4. Pode inventar algum meio de comercializar suas músicas na net.
5. Ou simplesmente liberar para baixar as músicas e aproveitar isso como diferencial para vender shows.

Preço: Para “precificar” o CD ou DVD deve-se levar em conta o custo total. Faça uma conta simples, mas que inclua tudo o que foi gasto. Do estúdio de gravação ao encarte, da fabricação à logística usada. Com esse custo na mão, coloque o que pretende de lucro pensando sempre em viabilizar o próximo CD ou DVD. É importante que o dinheiro arrecadado com um tipo de produto volte para ele e não se perca no meio de outros. Lembre-se que a reposição de estoque é prioridade.

Observações: A venda na internet não atrapalha as vendas em lojas, muito pelo contrário, ajuda a divulgar a banda e pode chegar onde muitos distribuidores não vão. O que é preciso tomar cuidado é com o tipo de contrato que é feito com distribuidores e gravadoras, faça uma cláusula em que a banda pode comprar o CD a preço de custo, mesmo que você não tenha a loja virtual ainda. Pense a longo prazo sempre.

Produto: Camisetas masculinas e femininas.

Fornecedores:

1. A banda mesmo pode ir atrás de lotes baratos de camisetas e depois levá-las para estampar. Esse método pode baratear muito o custo final. O que acontece é o aumento do trabalho para fazê-las.
2. Arranjar um fornecedor que tenha o serviço completo. Faça as camisetas e as estampe.

Preço: O mesmo cálculo dos CDs vale para as camisetas.

Observações: Procurar com muito cuidado os fornecedores. Olhar preços, discutir, ver se pagamento à vista vai baratear ou se vale à pena parcelar. No Sul do país existem confecções que trabalham com produtos de qualidade e ótimos preços, se tornando uma opção a mais.

PARCERIAS QUE DEVEM SER TRABALHADAS

Empresa de Web

A primeira parceria é com uma empresa que já faça esse tipo de trabalho. O melhor seria se fosse alguém já conhecido e que gostasse da banda. São muitos os jeitos de realizar a parceria. A minha é por porcentagem. Dou uma porcentagem do que vender para a O2 Estúdio Web. Assim não precisei entrar com um capital que eu não tinha e eles ganham todo mês um pouco. Outro ponto importante é o site da banda na internet. Tem que ser algo bem interessante e com muito conteúdo. O público tem que acessar para ver as novidades. Dessa entrada é que vão sair os futuros clientes para a loja virtual. A loja fica inviável sem o site andando bem.

Banco

Essa é a segunda parceria. Achar um banco que tenha um sistema de venda virtual e que ofereça tipos variados de formas de pagamentos:

Boletos (negociar com o banco o preço desse serviço, pois eles costumam cobrar mais que o serviço vale!)

Pagamento via internet

Depósitos (no caso de depósitos, é sempre bom frisar que a pessoa terá que se identificar mandando um fax ou e-mail para a confirmação)

Cartões de crédito

Transporte

Usar o serviço de transporte para o produto chegar em bom estado é importante.

Correios

Hoje o correio só aceita o Sedex: Para qualquer encomenda. É mais rápido, porém, bem mais caro.

Outras empresas de logística de transportes também podem ser usadas. O ideal é que se vá na empresa para conhecer, verificar preços e forma de entrega, rastreamento de produtos extraviados e qualidade da entrega.

Designer

Uma pessoa pra cuidar da marca. Nunca despreze a sua marca, ela pode ser sua maior herança no futuro. Tenho alguém especializado fazendo isso.

FUNCIONAMENTO PRÁTICO DA LOJA VIRTUAL

Com todas as parcerias confirmadas, vamos ver o que precisa para o funcionamento de loja.

Uma pessoa responsável pela loja

Essa pessoa terá algumas responsabilidades e vai depender dela o bom funcionamento de tudo:

Verificar todos os pedidos diariamente. Isso inclui boletos, depósitos e cartões. Muita atenção para não ficar ninguém de fora.

Fazer as etiquetas com nome e endereços corretos dos clientes.

Separar os produtos.

Empacotar e etiquetar. Muito cuidado. A maioria dos erros é cometida nessa fase.

Levar para o correio.

Manter todos informados do que está acontecendo fazendo um balanço mensal com:

Produtos vendidos

Cidades para onde foram

Gastos com transportes

Gastos com etiquetas, tintas e envelopes

Possíveis reclamações

Manter o estoque abastecido de produtos e envelopes para embalagens.

Como embalar os produtos

Existem vários tipos de embalagens que podem ser usadas:

Caixas que precisam ser confeccionadas.

Esse é para grandes quantidades. Quem faz esse produto vende por peso. Umas duas mil peças em média. Isso custa pouco mas ocupa um espaço enorme.

Envelopes com plástico bolha.

Mais prático. Já vem pronto e as quantidades não precisam ser tão grandes não ocupando muito espaço. São confeccionados em diversos tamanhos.

Local para estoque

Um lugar que não pegue umidade, mofo, cupim ou sol. Lembre-se que pode levar algum tempo para vender todo o estoque e tanto CDs quanto camisetas são muito frágeis.

A GRAVADORA

Para se ter um selo ou uma gravadora, o melhor caminho é começar procurando um bom contador. Escolha a dedo esse profissional, dando preferência para alguém indicado. Marque um dia e vá conversar com ele. Você vai sentir o tamanho da encrenca que é ter uma empresa num país desorganizado. São documentos e mais documentos, taxas, carimbos e assinatura. Um verdadeiro labirinto de papéis e cartórios. Leva de trinta a noventa dias pra sair o CNPJ.

Há ainda a opção de ficar fora do sistema, mas sem ter empresa seu produto não entra no mercado convencional de loja e atacadista. Se for essa a opção, prepare-se para ter uma rede de distribuição alternativa eficaz, senão a banda acaba com o CD na mão.

Com ou sem a empresa no papel, uma pequena estrutura deverá ser formada para atender seus fãs, parceiros, clientes etc. Coisas simples como telefone de contato, fax, e-mail, página na internet, um lugar para receber pessoas, um lugar adequado para estoque de produtos e tudo o que envolve esse tipo de estrutura, que vai desde a conta de luz até a faxina.

Se a empresa estiver aberta, mesmo cuidados com a contabilidade devem ser previstos, cuidados com gastos e ganhos, conta em banco bem gerenciada. Infelizmente, é preciso cuidar da grana para que ela volte.

Se a opção for abrir uma empresa, contrate um bom contador. Não tente fazer tudo sozinho, pois você pode se perder no caminho. Se for fazer uma coisa mais alternativa, preste atenção nos lucros e perdas. Mantenha os dados atualizados para saber se a gravadora está andando pra frente ou pra trás.

PROCURA DE UM EMPRESÁRIO PARA VENDA DE SHOWS

Toda banda precisa de uma pessoa que esteja à frente dos músicos. Ficar responsável por resolver eventuais complicações, problemas com os shows e, principalmente, comercializar o espetáculo. Não é tarefa fácil. Se a banda estiver começando então, a coisa se complica. Se for o caso, chame um camarada que seja de confiança e queira fazer o trampo. Esse é o cara que não toca, mas quer participar de algum jeito. No começo o empresário-produtor é um curinga. Ele vai resolver quase tudo referente aos shows, divulgação e venda. Tem que pegar no pesado e sair atrás. A banda obviamente deve ajudar no que for preciso e ter idéias para melhorar a divulgação e, conseqüentemente, aumentar o número de shows.

É importante que todos participem do processo inteiro para ajudar e ver o quanto é difícil. Só participando as pessoas da banda darão o devido valor ao trabalho. Não deixe sua banda nas mãos de ninguém. Participe e fique atento a tudo que acontece ao redor.

Lembre-se que ninguém tem a obrigação de fazer nada que não queira, então não exija dos outros o mesmo empenho o tempo todo. Cada um tem seu ritmo e aprender a respeitar isso vai fazer sua banda se manter unida. Estou nas Velhas Virgens desde o começo, e isso foi em 1986, por isso sei o que estou falando.

Quando a estrutura da banda estiver um pouco mais profissional também um empresário mais profissional deve aparecer. Não fique perdendo tempo correndo atrás dos outros. Faça o seu show bem feito que o público virá, e com ele todo o resto. Perseverar é a palavra-chave aqui.

Muito cuidado quando esse empresário mais profissional aparecer. Primeiro, não leve tudo o que ele prometer muito a sério. Falar, qualquer um fala, mas fazer acontecer é outra coisa. O segundo cuidado é com contratos. Não assine nada sem antes consultar um advogado. Não assine nada que só tenha cláusulas

de penalidades para o seu lado. Não assine nada que você achar absurdo como multas escandalosas, tempo indeterminado de contrato e coisas do gênero. Repito: **NÃO ASSINE NADA SEM CONSULTAR UM ADVOGADO!**

Já passamos por muitas coisas e, ainda hoje, com toda a experiência que acumulamos, ainda entramos em muitas roubadas. O que eu desejo é que quem ler este livro fique mais atento a detalhes que, na empolgação do momento, podem passar despercebidos. Faça cumprir seu contrato porque o seu empresário vai querer a parte dele de qualquer jeito.

MONTAR A LOJA NOS SHOWS

Essa é fácil. Pegue todos os seus produtos e faça uma ficha com os preços. Quem for montar a loja deve chegar bem antes do show começar porque a hora de vender é antes ou depois do show.

Durante não vende absolutamente nada. Coloque uma mesa em um lugar com iluminação, evite lugares onde pode acontecer um tumulto. Qualquer bagunça pode gerar um prejuízo grande para a banda. Os produtos devem ficar expostos de uma maneira organizada e atraente. Coloque um banner com fotos e o nome da banda pendurado no local pra identificar o ponto de venda.

Uma boa organização na hora e depois de vender é importante. Terminando o show, é hora de recolher o material e “fechar as contas”. Uma planilha com todos os gastos e ganhos se faz necessária. A banda precisa saber o que está arrecadando com a loja para possíveis investimentos em outras necessidades que vão sendo geradas de acordo com o seu crescimento. Essa planilha tem que ser simples. Mantenha os dados atualizados porque, se deixar pra depois, corre o risco de perder as anotações e com isso não saber mais o que aconteceu.

Esse dinheiro arrecadado pode ser destinado a muitas outras necessidades da banda, mas não sem antes repor o estoque, isto é, guardar uma grana pra comprar de novo tudo o que for vendido. Isso impede que sua loja fique desfalcada de produtos. Lembre-se que em dia de show as pessoas compram muito por impulso, por gostar do que viram e por querer dar uma força pra banda. Não deixe faltar nada para o seu possível fã!

ANÁLISE DE CONTRATO

Sei o quanto é desesperador olhar para um monte de cláusulas e não entender nada do que está escrito. O “advoguês” é terrível e precisa de uma tradução para que possamos compreender o que está escrito.

Vou repetir aqui o que já falei em outros capítulos: **NÃO ASSINE NADA SEM ANTES CONSULTAR UM ADVOGADO DE CONFIANÇA!**

Parece banal. A lógica diz exatamente isso, mas muitas pessoas não seguem esse conselho básico em qualquer negócio (falo em nome do monte de besteiras que as Velhas Virgens fizeram no passado).

A análise do contrato é exatamente o que diz. Pegar um especialista e esmiuçar o contrato cláusula por cláusula, ver e rever todas as possibilidades, pensar nos possíveis problemas ou soluções. Não faça isso sozinho, como também não delegue toda a responsabilidade. O ideal é a participação coletiva nesse processo. Mais cabeças pensando podem chegar a melhores conclusões.

Nunca assine coisas que você acha que não pode ou não deve cumprir, contratos com muitas abusivas unilaterais. Todo contrato deve ter cláusulas rescisórias para ambas as partes. Coloque na balança os seus deveres e direitos, assim como os de seu contratante e veja se a balança não pende para o lado errado da questão. Não se apresse em assinar nada. O minuto que se leva para assinar vai comprometer o futuro próximo da banda.

AMADURECIMENTO MUSICAL E O PRIMEIRO CD

Como é bom gravar o primeiro CD! Me lembro das muitas noites prazerosamente passadas em claro num estúdio na zona norte de São Paulo. Isso foi em 1994. Já faz um bocado de tempo e de lá pra cá já fizemos outros tantos CDs e DVDs, já produzi um bocado de coisas, mas nada se compara em dificuldades e alegrias do primeiro.

Quando resolvemos gravar o CD, as Velhas Virgens já tinham estrada, eram oito anos de banda, muitos shows e um público fiel começando a ser formado. Não se prenda a coisas como idade da banda. O amadurecimento musical é diferente em cada caso. Tem muitas bandas que com dois anos de estrada já estão prontas e outras, como a gente, que demoram muito pra encontrar um caminho.

Mais importante que idade é o amadurecimento musical. Ele vem junto com a formação de um público que começa a acompanhar a banda, quando começam a pintar pessoas interessadas em produzir e ajudar (nada é de graça), quando artistas mais experientes começam a se interessar pelo trabalho. Nessa hora que a própria banda sente a necessidade de produzir um trabalho de fôlego maior que uma demo normal é hora de entrar no jogo mais profissionalmente.

Observe, não fique ansioso e não se precipite. O primeiro CD vai ser seu cartão de visitas. Ele tem a obrigação de abrir portas. O que acontece com muitas bandas é que gravam os CDs sem estarem devidamente preparadas. Sem ter um estilo definido, sem ter músicas interessantes e, principalmente, sem ter um público que vai consumir a música e os shows. Gravar para amadurecer o estilo musical é condenar o trabalho todo ao fracasso.

Cansei de ouvir histórias de bandas que procuram gente mais experiente para mostrar o trampo e saber o que acha. Se a pessoa for de confiança e honesta vai dizer exatamente o que pensa e isso muitas vezes não é agradável de se ouvir. Quem pergunta quer

saber. Se a pessoa perdeu tempo ouvindo e fez uma crítica, essa opinião deve ser levada em conta. Engula o orgulho e analise os defeitos apontados. Não bata no peito e vá fazer de qualquer jeito que é erro na certa! Na maioria das vezes é preciso voltar pra casa, fazer mais shows e lapidar. Quantas boas idéias não foram jogadas fora por não estarem maduras?

Eu sei que é um primeiro CD e que vai ser difícil sair uma obra irretocável. O importante é que o disco tenha diferencial, seja honesto, seja relevante, traga alguma coisa de nova e tenha um público. Antes, disso o melhor a fazer é concentrar as energias nos shows e nas composições. Como atualmente é muito fácil e barato gravar, todo mundo quer fazer CDs rapidamente. Isso inflaciona o mercado de gente e bandas despreparadas, então ouve-se a ladainha de todos os lados, que não há lugar pra tocar, que não tem público. Tem lugar e público, sim, desde que sua banda ofereça alguma coisa que as pessoas se interessem em ouvir.

Agora que já fiz minha palestra, vamos ao CD. Tudo pronto! A banda está fazendo shows, tem um público interessado, tem músicas suficientes pra gravar e acha que está na hora de ir pro estúdio.

A primeira coisa a fazer é arrumar a grana. Na maioria das vezes, é um dinheiro que mal dá pra começar, mas que tem que dar pra terminar. Como ninguém acredita em milagres, vamos de novo pedir ajuda.

A começar por algum amigo que conheça um produtor ou uma pessoa com experiência em estúdios e possa trabalhar como um produtor. Se a banda está no estágio acima, esse produtor vai aparecer naturalmente. Se houver grana suficiente pra contratar alguém, tome muito cuidado. Ouça os trabalhos anteriores dessa pessoa e veja se ela se encaixa no seu perfil. Tem muito cidadão por aí que só quer saber de grana e foda-se o trabalho.

Esse produtor vai trabalhar junto com a banda no que chamamos de pré-produção. Ele vai ouvir alguns ensaios e gravá-los. Quando estiver familiarizado com as músicas, vai, em conjunto com a banda, lapidá-las para o estúdio. Tem músicas que já saem prontas, têm outras, no entanto, que funcionam ao vivo e em estúdio devem ser reformuladas. E têm as que simplesmente não funcionam.

Juntos, produtor e banda chegam ao número de músicas que terá o CD (as pré-produções sempre começam com muito mais músicas do que as que vão ser aproveitadas). Isso se chama repertório. A lapidação vai sendo feita lentamente, tirar ou colocar solos, pensar em instrumentos que podem ser usados, encurtar músicas que estejam redundantes, observar os refrões e os detalhes que vão fazer diferença.

Depois é ensaiar exaustivamente até ficar tudo na ponta dos dedos. Essa parte é cansativa, mas é onde a banda pode economizar muito tempo e grana de estúdio. Até hoje as Velhas Virgens gravam assim: muito trabalho e pouco dinheiro, sem perder a qualidade das gravações.

Ao produtor, cabe também achar um estúdio condizente com o capital arrecadado pela banda. Tente não entrar em muitas dívidas para fazer o CD. Em geral o primeiro não dá lucro. Se a banda conseguir não perder muita grana já é uma vitória.

Não se esqueçam de fazer uma audição de todas as referências que a banda queira usar no disco. Pegar os CDs e ouvir o que já foi feito pode ser um exercício que vai mudar algumas coisas antes de entrar em estúdio.

Dentro do estúdio é a hora de colocar o talento e a criatividade de cada um em movimento constante. Um clima bom é importante, assim como instrumentos de qualidade. Se faltar alguma coisa, recorra aos amigos, peça emprestado. O intuito é chegar no som que se deseja.

Algumas vezes o produtor tira um som que, isolado da música, parece não fazer sentido ou ficar feio. O cara que a banda escolheu merece um voto de confiança. Provavelmente ele está pensando na música mixada e aquele instrumento “feio” pode compor alguma coisa muito legal mais pra frente quando a música estiver terminada. Confiar no produtor e no engenheiro de som faz parte do bom clima e do andamento perfeito das coisas dentro do estúdio.

Tudo gravado, chegou o momento da tão temida mixagem. Ela pode realmente estragar um bom disco. O produtor está com todas as referências de som, conhece a banda, então ele é quem vai decidir como mixar. Claro que depois de ouvir todo mundo. O ideal é que só quem se interessa pelo assunto acompanhe. Quem estiver presente precisa ter paciência e ter muito claro na cabeça como quer o disco. Na maioria das vezes, mixar leva tanto ou mais tempo que gravar. É aqui que o técnico e o produtor vão limpar algumas coisas, aparar arestas, colocar peças que estão deslocadas no lugar e se preciso até afinar vozes e instrumentos digitalmente. Não se assuste. Tudo isso é um acabamento do seu trabalho. O que tá gravado é o que vai sair! Mas ele pode colocar no lugar bumbos que estão um pouco fora, uma ou outra voz desafinada. O ouvido do produtor é treinado para “ouvir” esse tipo de coisa.

Não pretendo - nem tenho competência para tal - dar aulas sobre produção. Não é o caso. Essas são sugestões do outro lado. Do lado do músico. Já passamos por diversos produtores e esses pequenos cuidados podem fazer uma diferença no resultado final. Estúdio requer paciência, bom-humor, alegria em fazer o trabalho, paz, estudo, ensaios, uma porção de coisas que serão reveladas no trabalho pronto.

O estúdio é o paraíso para alguns e o inferno para outros. Por isso, cuidado com o tipo de cobrança dentro da banda. Nas Velhas, sou eu junto com o produtor (em geral Paulo Anhaia) que cuidamos dos estúdios. Gostamos de ficar lá no aquário, experimentando coisas. Já o restante da banda ou não tem tempo ou detesta

mesmo. Os que não gostam fazem um favor não aparecendo em outros dias ou na mixagem. A impaciência e a ansiedade em acabar o trampo podem estragar uma boa música.

FAZENDO CAIXA

Fazendo caixa é exatamente o que diz: a banda ajuntando grana para poder viabilizar os trabalhos. Com as grandes gravadoras oferecendo cada vez menos oportunidades e com menos dinheiro, quem quiser seguir seu caminho deve optar por “gerenciar” sua banda. Eu sei que é muito triste para o músico, além de tocar, compor, fazer shows, ainda ter que cuidar de grana e tudo que envolve o dinheiro. Atualmente não há muitas alternativas. Uns poucos felizardos que já têm grana ou contatos suficientes pra poder fazer um trampo em outro patamar ou os pobres mortais que terão que ralar para chegar em algum lugar. E nem sempre somente trabalho pode ajudar na empreitada. É preciso um pouco de sorte, algum talento, muita perseverança e organização.

Uma vez um produtor me falou que se eu fosse entrar nessa de música eu tinha que ter na cabeça que eu iria vender meu carro, pedir grana emprestada, ficar no buraco e que nem assim o sucesso era garantido.

Descobri um pouco mais tarde que ele tinha toda a razão. Acabei gastando tudo o que tinha pra realizar o terceiro CD das Velhas e demorei muito tempo pra recuperar. Mas estamos aqui, vivos e conseguindo levar a vida adiante. Se olharmos em volta, vamos ver que a maioria das profissões está no mesmo pé. Então por que não ir pras cabeças? Ainda acredito que fazer o que se gosta é sempre a melhor solução.

Toda essa história pra falar de grana. Alguém tem que ser o responsável por cuidar do dinheiro, pensar em opções para ganhá-lo e saber onde investir. Esse vai ser o gerente da banda. Não é fácil, mas pode ser um dos músicos. Nas Velhas, sou eu quem cuida disso. Sou o encarregado de ver quanto vamos gastar em estúdio, se tem grana pra fazer um novo clipe, se podemos fazer alguma promoção, se temos dinheiro pra divulgação e tantas outras coisas. O trabalho é um pouco cansativo mas alguém tem que fazer para a própria sobrevivência da banda.

Aqui está a lista de prioridades das Velhas Virgens. Isso foi onde resolvemos aplicar nossa grana. A primeira opção é sempre aplicar em shows. Ter bons equipamentos, cenários e detalhes para melhorar o espetáculo. Vai da necessidade de cada banda. A segunda opção é produtos para comercializar. Podemos começar com a demo, depois um CD, camisetas e outros produtos, DVD, canecas, uma grife de roupas para garotas. Use a criatividade e crie sua própria linha de produtos. A terceira opção é a divulgação. Gastar para divulgar o nome da banda é necessário, como já vimos no capítulo sobre assessoria e divulgação. Nessa opção, incluiremos o videoclipe. Faça só quando tiver público e contatos suficientes para chegar com alguma força à internet, MTV e outras TVs. Senão vai ser grana jogada fora.

Com essas três opções, a banda já tem uma organização muito perto de ser profissional. Depois disso vêm os gastos com equipe e transporte, mas esses ocorrem naturalmente e não precisam necessariamente de investimento inicial. Não tem jeito! Como em qualquer negócio que se começa há sempre investimento de dinheiro e do tempo de trabalho de todos os integrantes.

FAZENDO CLIPES

Fazer clipe é uma coisa que custava muito caro e geralmente não aumentava a vendagem do CD. Sua importância era muito mais institucional. Serve antes para mostrar a cara da banda. As Velhas Virgens fizeram muitos clipes ruins, alguns passáveis e poucos realmente bons. Analisando friamente, perdemos dinheiro fazendo clipes. O porquê é simples. Não soubemos usar a linguagem e o veículo corretamente a nosso favor.

Hoje é diferente. Tem equipamentos em HD baratos e você pode fazer tudo gastando muito pouco e ter uma ótima divulgação na net!

A primeira coisa a fazer é escolher a música de trabalho. Essa é o carro chefe do CD. A música que tem que abrir portas por isso tem que ser muito pensada. Como um clipe custa muito caro, o lance é apelar para os amigos. Com a banda tocando e fazendo shows vão pintar pessoas que estão na faculdade de comunicação e podem realizar o clip de uma forma barata e muito coerente com a linguagem atual ou pegar equipamento de amigos, uma boa idéia na cabeça e mão a obra!

As vantagens de usar universitários é que vão tocar o projeto na maior garra e fazer de tudo pra que esse clipe passe nas TVs. Além do custo ser muito menor em comparação com uma produtora profissional. É a chance de a banda ter um produto bem feito e as pessoas que trabalham podem mostrar a cara. Eu gosto de trabalhar com equipes de estudantes. São pessoas antenadas com a linguagem e com novos equipamentos que podem trazer novidades técnicas que não conhecemos. Mas se houver grana para contratar uma produtora que já venha com todos os contatos, melhor.

Um segundo passo é fazer um roteiro. Faça essa parte em conjunto, trabalhe a banda e o roteirista de equipe que se ofereceu pra trabalhar. Comece escrevendo a idéia de um modo geral (*storyline*), em seguida faça uma sinopse mais detalhada e

finalmente um *story-board* (quase uma história em quadrinhos contando o clipe com todas as cenas envolvidas). Não faça nada sem passar por esses três estágios. Eles são importantes para cortar gastos, poupar tempo e deixar o roteiro mais redondo. A não ser que você esteja trabalhando com um diretor que saiba muito bem o que quer e o que está fazendo. A confiança nessa pessoa terá que ser total.

Resolvido o roteiro, é hora da produção entrar em ação. A equipe de produção é fundamental para deixar tudo do jeito que deve ser. Desde locações até o figurino, seus membros devem cuidar de tudo com muita atenção. As coisas emprestadas devem ser devolvidas, as roupas usadas, mantidas em bom estado, se precisar de atores, devem ser achados. Além disso, é necessário providenciar alimentação e condições para a equipe toda trabalhar sem preocupações externas.

A gravação propriamente dita só começa quando tudo estiver organizado satisfatoriamente. O ideal para baratear os custos é gravar tudo num mesmo dia, escolhendo uma locação ideal para isso. Mais dias de gravação implicam em custo extra de equipamento, luz, alimentação, transporte e outras coisas.

A equipe e o diretor têm que inspirar confiança para que a banda não fique dando muito palpite em cima do roteiro finalizado. Esse trabalho tem que ser criativo, porém, é uma criação de grupo. Não dá pra fazer sozinho e as pessoas tendem a ter idéias diferentes e a querer levar a coisa toda para o seu lado. Para que o clipe flua a contento deve-se seguir o *storyboard* e o organograma feitos pela equipe técnica, a não ser que uma idéia genial apareça no meio do caminho e mereça mudanças.

Com as Velhas fizemos isso muitas vezes. Temos muitos clips gravados por alunos de várias faculdades e também documentários. Esse tipo de parceria é bom pra todo mundo. A galera da faculdade vai ganhar uma experiência legal fazendo alguma coisa que será usada e vendo o retorno do público pelo

seu trabalho. A banda ganha uma forma de divulgação importante!

FINANCIAMENTO COLETIVO (CROWDFUNDING)

Vou abrir um capítulo só para falar de financiamento coletivo. Essa é uma modalidade de se arrecadar grana para um projeto oferecendo ao seu “investidor” algo em troca.

Nós fizemos isso com sucesso para gravar o DVD de 25 anos. Cerca de 550 pessoas participaram e ajudaram a financiar a gravação. Muitas bandas estão usando pra fazer CDs, shows pelo país afora, clips, festivais e outras loucuras.

Não é novidade fora do Brasil. O Kiss fez isso com o Kiss Army (fã club da banda), tanto pra financiar projetos quanto pra tocar em rádios com muito sucesso. Num tempo em que não havia internet e a coisa era feita por cartas e as pessoas enviavam cheques. Loucura? Que nada funcionou muito bem.

Vou colocar aqui a minha experiência nessa modalidade que funcionou muito bem com as Velhas Virgens.

Primeiro a banda precisa ter uma quantidade de fãs razoável cadastrada nas redes sociais, sites, enfim, um mailing atualizado e funcionando.

Depois escolha um bom projeto. Uma coisa forte que atinja o emocional do seu fã.

No nosso caso eu fixei primeiro o quanto eu poderia arrecadar e em cima desse número preparei todo o projeto. A conta que fiz é bastante simples. Peguei todas as listas de fãs da banda em redes sociais e sites. A uma pesquisa que diz que uma campanha bem sucedida atinge cerca de 2% do seu público. Foi esse número que usei. Dava em torno de 450 pessoas participantes. O resultado final foi um pouco melhor.

Mas o que vai realmente convencer seu fã a participar é a recompensa. O que você pode oferecer é o que vai dar maiores chances do projeto ser executado.

O que as pessoas mais querem é a exclusividade. Querem algo que só elas possuam. Esse é o melhor “produto” que uma banda pode oferecer. Uma experiência única que só ela vai poder usufruir e contar pros amigos.

No caso das Velhas Virgens nós oferecemos uma música a cada participante. Vou explicar, nós gravamos uma música especialmente pro projeto e dentro dessa música gravamos o nome de cada participante. Cada “investidor” iria ter uma música com seu nome. Exclusividade total.

Também colocamos o nome de todos no encarte e autografamos um por um os DVDs.

As pessoas gostaram e compraram o projeto e querem repetir a dose. Isso é muito bom mas tem que se ter cuidado. Não encavale um projeto atrás do outro que isso não é caça-níqueis. O financiamento é coisa séria e tem que ser muito bem pensado e o espaçamento entre um projeto e outro é importante pra galera respirar e os resultados do trabalho chegarem a mais ouvidos. Uma chance grande de aumentar seus “investidores” num próximo.

Outra coisa, a gente chamou esses “investidores” de “produtores executivos”. O cara que paga as contas! Os fãs adoraram!

Existem muitos sites que oferecem esse serviço e outros tantos que recebem o dinheiro com honestidade e garantias. Lembrando que se o financiamento não é completo as pessoas recebem de volta tudo o que colocaram. E no caso de shows podem até financiar inicialmente e receber o que investiram de volta caso o sucesso seja grande.

Entrem nos sites e pesquisem. Um caminho legal a ser seguido!

LEIS DE INCENTIVO

Esse é outro tema que daria um livro. Um não, vários. Tem uma literatura bem ampla sobre isso no país.

Existem leis municipais, estaduais e federais de incentivo a cultura e isso inclui a música.

São, basicamente, duas modalidades:

Uma que o governo fornece a verba para o projeto em troca de uma contrapartida. Não vou citar as leis aqui por que mudam constantemente.

Outra é aquela que o governo dá incentivo através de isenção de impostos. Nessa modalidade você tem que colocar o trampo debaixo do braço e ir atrás de empresas que possam financiar.

As grandes empresas abrem editais anuais pra escolher os projetos que vão financiar. Tem que ficar de olho ou achar alguém que venda o projeto (existem empresas especializadas nisso).

Todas essas leis saem em editais anuais nos sites da prefeitura, do governo do estado e do governo federal. Ficar atento pra não perder datas é muito importante. Manter uma pesquisa permanente e participar constantemente fazem parte do aprendizado. Vai ser difícil acertar de primeira, por isso vá tentando que uma hora rola!

VIAJANDO E CANTANDO

Com um CD na mão é hora de abrir novos mercados para shows e, conseqüentemente, os outros produtos. Para quem não tem um capital inicial grande para investir na divulgação, o processo é lento e trabalhoso. Várias ações devem ser tomadas simultaneamente para que o seu som chegue cada vez mais longe.

Colocar algumas músicas com qualidade suficiente para quem for “baixar” poder executá-la em rádio. As Velhas Virgens ficaram por dois meses tocando em rede nacional pela Jovem Pan porque um cidadão do site Vírgula gravou a música da internet e mostrou para o Tutinha, dono da rádio. Ele gostou e mandou ver sem nem ao menos entrar em contato com a gente. Um pouco de sorte e muito trabalho. A música em questão é Abre Essas Pernas, um hit em show, mas que nós nunca imaginamos que pudesse tocar em rede nacional. Quando esse rapaz gravou a música, mais de 100 mil pessoas já tinham “baixado” do nosso site, fora a quantidade que pegou em outros sites de música e os CDs vendidos. Hoje essa música dem mais de 2 milhões de acessos na rede. Quando você divulga bastante, as chances de acontecer alguma coisa com a música aumentam proporcionalmente. Esse boca-a-boca é muito importante para bandas independentes. Essa história é pra mostrar como pode vir a ser importante o site e a divulgação de músicas na internet.

Ao mesmo tempo, a divulgação tem que estar batendo forte. Já falei antes e vou repetir. Existem mais de duas mil rádios espalhadas pelo Brasil e muitas delas são carentes de material. Procure as que tocam o seu estilo e ligue para a programação, mande a música por e-mail ou até um CD se achar importante. Quanto mais rádios ficarem sabendo da existência da banda, melhor. Muitas delas vão realmente tocar e, se a música cair nas graças do ouvinte, você ganhou um mercado. Depois é ficar atento pra mantê-lo. Ficar em contato periódico com as pessoas que estão dando uma força é essencial.

Fique ligado e procure lugares pra fazer shows fora da sua área de atuação. Claro que deve-se atacar primeiro onde a banda conseguiu uma penetração, mas existem festivais e casas de shows por todo o país que podem ser boas saídas. O negócio é tocar o máximo que puder, mesmo correndo o risco de gastar (principalmente no começo). Criar um público fiel não é tarefa fácil.

Nos grandes centros, tocar em rádio sem pagar o nefasto jabá é sorte grande. Não faz parte da política da Gabaju e das Velhas Virgens pagar pra tocar. Não fazemos isso por três motivos: o primeiro e principal motivo é ideológico. Achamos um absurdo. O segundo é que é muitíssimo caro para fazer a coisa bem feita. Em terceiro, porque sua banda vira um caça-níquel para as rádios. Eles tomam sua grana, executam a música muito pouco, depois vêm com um papo de que houve rejeição pelo público da rádio.

Não acredite em certas coisas. Não acredite nos dez mais de nenhuma rádio. Não acredite nos mais votados na MTV. Não acredite em pesquisas de revistas. Não acredite no que diz vender as gravadoras. De tudo isso, o que não é falso é manipulado. A opinião pública é e sempre será manipulada. Por isso, não desanime com os primeiros resultados. De tempo para que seu trabalho floresça e meça você mesmo, faça sua própria pesquisa de opinião e em cima disso planeje suas novas idéias.

A conquista de novos territórios requer muita paciência e trabalho. É fazer um show para 20 pessoas hoje, depois voltar para 200, depois pra 400, e assim caminha humanidade. Foi dessa forma que a gente fez com todos os lugares onde acabamos um pouco conhecidos. Um passo de cada vez e todos do tamanho da perna. E ainda assim quebramos a cara várias vezes.

CARREIRA

Tenho mais de 25 anos de Velhas Virgens e, se alguém me perguntar se nós temos uma carreira consolidada, eu direi que “temos um público fiel que vem aumentando bastante, mas a carreira ainda não está consolidada”. Não somos, ainda, uma banda conhecida e reconhecida ao ponto de poder pisar no freio para ficar exclusivamente cuidando do artístico. Também não somos desprezíveis, pois nosso público vem aumentando sempre. As vendas de CDs também aumentam e a conseqüência é que aumentam os shows e exposição na mídia. Um trabalho lento.

Ouvi uma história do Jota Quest muito boa. Eles já estavam estourados em rádios e foram para uma cidade esperando outro grande show que já estava virando rotina. Chegaram pra tocar e tinha meia dúzia de pessoas. Foi um alerta. Creio que eles pensaram: “gente vamos trabalhar que ainda tem muita coisa a ser feita”. Naquele momento, eles estavam a caminho, mas ainda não tinham uma carreira.

Não estou questionando se isso ou aquilo é bom ou ruim. Não vem ao caso. O que estou falando é que, como em todo trabalho, uma carreira leva anos pra ser construída e outros tantos pra ficar consolidada. E mesmo com todo o trabalho e planejamento ainda pode dar errado. Penso que errando ou acertando esse é o trabalho que escolhi e meu modo de vida, e isso não tem preço e nem vou entregar os pontos enquanto eu acreditar no que estou fazendo.

A independência tem a vantagem de deixar tudo nas mãos da banda. Ninguém pode culpar esse ou aquele por acertar ou errar o caminho. A responsabilidade e os louros são da própria banda. Claro que tem toda a galera em volta que ajuda. Lembre-se que independência é liberdade de ação, e não isolamento. Parcerias são necessárias; amigos e profissionais qualificados, também. A desvantagem é que não existe uma empresa dita forte e com respaldo por trás manipulando e injetando grana. Falar que o dinheiro movimenta o mercado é chover no molhado, mas saber como e onde investir e com quem podemos contar vale muito.

Colocar a meta da banda e planejar como alcançá-la parece papo de empresário, mas é o jeito de conseguir encontrar seu nicho no mercado. As pessoas envolvidas devem trabalhar para o mesmo lado, sabendo pra onde estão indo e por que fazem aquilo.

Mesmo quando há um risco, ele deve ser calculado de uma forma que não vá matar a banda ou atrapalhar o seu progresso. Construir é muito fácil, mas destruir pode acontecer de uma hora para outra. Não estou falando que tudo deva ser preparado ou antecipado. Impossível! O que quero dizer é que a banda toda deve seguir o caminho escolhido mesmo que momentaneamente as coisas tendam para outro lado.

Procurar seguir uma onda musical ou um estilo porque está na moda é morte certa. Até você estar preparado, a onda passou e já está vindo outra atrás que vai te afogar.

A banda tem seu estilo, tem seu caminho, então siga e mantenha sua dignidade. Uma hora, com trabalho e tempo de estrada, as coisas acontecem, mesmo que seja lentamente.

Analise com cautela cada movimento. Os passos são dados e quem está no barco nem percebe que já zarpou. A carreira é isso. Uma identidade da banda. Estilo e atitudes honestas. Misture a isso uma dose de talento e criatividade e a banda começa a construir o seu presente para poder ter um futuro.

FINANCIAMENTO COLETIVO

Vamos a mais uma história. Na verdade duas. Em meados dos anos 80 (antes da internet e outros avanços das comunicações), Gene Simmons do Kiss queria fazer um livro contando histórias da carreira da banda com muitas fotos, capa dura, enfim um livro de luxo para o Kiss. Ele não tinha feito nenhuma pesquisa ainda nem orçado nada. O que ele sabia é que o livro iria custar caro pros padrões daquele tipo de livro. Rodou as editoras e ninguém quis fazer o lance. Então ele apelou ao Kiss Army (fã club) e por meio de um comunicado falou que quem mandasse um cheque pra ele no valor de 100 dólares (se não me falha a memória), que dentro de um prazo estipulado ele entregaria o melhor e maior livro feito por uma banda de rock no mundo.

Resumindo a história. Ele arrecadou cerca de 2 milhões de dólares, montou sua própria editora e fez não um livro mas outros três e uma quarta edição em tamanho constrangedor.

Você pode dizer pra mim: “Mas é o Kiss!”.

Sim é o Kiss, e por ser o Kiss eles simplesmente podiam sentar-se nos louros e nunca mais mexer a bunda pra nada. Foram atrás e fizeram o “maior livro de uma banda de rock”. Lembrando que isso foi feito muito antes da internet. No tempo da cartinha, não tinha pagseguro, era cheque. Fio do bigode.

Esse é o exemplo de financiamento coletivo. Pessoas que acreditam no projeto, que curtem o seu trabalho, fãs, simplesmente se arriscam a financiar uma ideia e recebem em troca algo muito criativo e pessoal. Quanto mais o prêmio for único, mais as pessoas vão gostar.

Em 2011 para comemorar os 25 anos das Velhas Virgens, resolvemos fazer um DVD ao vivo. Pra variar a gente não tinha toda a grana pras gravações, edições, etc. O financiamento coletivo estava engatinhando no Brasil. Um ou outro show sendo trazido pelos fãs, mas nada ainda que servisse de exemplo.

Tivemos a ideia de fazer o DVD com o apoio dos fãs. Fizemos um financiamento e deu muito certo. Arrecadamos 120% do que a gente queria. Conseguimos pagar pessoas que antes trampavam pelo prazer de ajudar.

Demos em troca algumas coisas muito pessoais: Primeiro nós autografamos todos os DVDs com dedicatórias pra cada um. Fizemos uma camiseta do projeto (só quem participou tem) Quem pagou mais caro tinha direito a uma música onde a gente colocava o nome da pessoa (ficamos muito tempo em estúdio gravando nome por nome).

Mas por que a campanha foi um sucesso?

Imaginei tudo como se fosse uma campanha publicitária. Na publicidade as estatísticas mostram que, se você fizer bem feito, vão participar de 1% a 2% de sua base cadastral. Ou seja, eu tinha cerca de 50 mil participantes (entre twitter, face e site). Se considerarmos as pessoas que estão em duplicada podemos baixar esse número para 35 mil. Sabia que eu iria ter de 350 a 700 pessoas participando. Foi só fazer a conta pra ver o que eu poderia oferecer e o que eu poderia arrecadar. Tivemos 445 participantes. Fizemos nosso melhor DVD e foi muito legal. Quem recebeu a música ficou contente pacas. Enfim, todo mundo saiu ganhando com o negócio.

Hoje tem um monte de sites que fazem o financiamento. Basta pesquisar.

Se você for se empenhar em fazer algo do tipo pra um disco, um livro, um filme ou qualquer outra invenção, minhas dicas são: Veja sua base de fãs. Lembre-se sempre da conta de 1% a 2%. Tenha em mente uma contrapartida criativa e que seja muito pessoal. Seu fã quer uma coisa que seja só dele, que ninguém mais tenha.

Por fim o seu produto tem que ter qualidade e criatividade.

Se você tiver essas três coisas já está preparado pra fazer um financiamento com sucesso.

FINALIZANDO

O que eu gostaria de deixar aqui muito bem frisado é que hoje temos muito mais facilidades para manter uma banda ou colocar músicas pra rodar.

Temos um mercado em expansão e toda uma rede de mídia praticamente gratuita pra divulgação. Muitos lugares para shows estão se espalhando e o país está vivendo um momento muito bom pra isso.

Usar a tecnologia com criatividade, ousar e ter qualidade de trabalho aliado a uma atitude coerente com o que você está fazendo podem fazer uma diferença enorme para conquistar o mercado e ter pessoas interessadas no trabalho.

Essa conquista é gradual, pode se escolher um nicho de mercado e trabalhar pensando nele, pode se querer milhões de fãs ou poucas centenas, tem gosto e espaço pra tudo. O que precisa é trabalho.

Quem quiser seu espaço vai ter que batalhar por ele em cima do palco com boas músicas e nos bastidores com organização.

Temos que ser mais que artista, temos que ser donos de nossas carreiras e de nossas vidas.

Essa é uma expressão antiga de Kerouak mas ainda vale pra toda pessoa que quer viver de música: Pé na estrada.

Comer poeira nos palcos de todos os lugares. Essa é nossa maldição e também a nossa realização.

Então coragem e força. Depois que você cair na estrada nunca mais vai querer sair, eu garanto.

O Autor

Alexandre Cavalo Dias é formado em Comunicação pela FAAPP. Guitarrista das Velhas Virgens há quase três décadas. Gravou com a banda 12 CDs, um CD-Rom e 6 DVDs, hoje todos pelo seu selo Gabaju Records, sendo a primeira banda a lançar um CD totalmente inédito em bancas de jornal junto com uma revista de HQ e pôster. A primeira banda independente no Brasil a lançar um CD de músicas inéditas nas bancas, um DVD comercial e a ter um grife de roupas com a marca Velhas Virgens. (se quiser saber mais entre no www.velhasvirgens.com.br e www.gabaju.com.br) Roteirista de Histórias em quadrinhos lançou como autor em 2004 a Graphic Novel “Noite de Caça”, e as “Eletrizantes e etílicas aventuras das velhas Virgens” em 2010, produziu o DVD de 20 anos do Viper lançado em 2005, escreveu junto com Ricardo Gozzi o livro de memórias “Velhas Virgens – 18 anos de bar em bar”. Também lançou um CD da sua banda paralela “Estranho no Paraíso”.