

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RÁDIO E TV**

WEBERTH LIMA DOS SANTOS

**O ESCAMBO COMO METODOLOGIA DE ECONOMIA CRIATIVA DA
PRODUTORA CASALOCA: ANÁLISE DO ESPETÁCULO O CRÁUDIO**

São Luís

2021

WEBERTH LIMA DOS SANTOS

**O ESCAMBO COMO METODOLOGIA DE ECONOMIA CRIATIVA DA
PRODUTORA CASALOCA: ANÁLISE DO ESPETÁCULO O CRÁUDIO**

Monografia apresentada, ao Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Msc. Junerlei Dias de Moraes

São Luís

2021

SANTOS, Werberth Lima dos.

O ESCAMBO COMO METODOLOGIA DE ECONOMIA CRIATIVA DA PRODUTORA CASALOCA: ANÁLISE DO ESPETÁCULO O CRÁUDIO. WERBERTH LIMA DOS SANTOS. 2021.

f. 52

Orientador: Msc. Junerlei Dias de Moraes

Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social – Rádio e TV, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

1. Cultura e economia criativa. 2. A produtora Casaloca. 3. Análise do evento “O Cráudio”

WEBERTH LIMA DOS SANTOS

**O ESCAMBO COMO METODOLOGIA DE ECONOMIA CRIATIVA DA
PRODUTORA CASALOCA: ANÁLISE DO ESPETÁCULO O CRÁUDIO**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Aprovado(a) em: _____ / _____ / _____, às _____:_____ horas.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Msc. Junerlei Dias de Moraes
Orientador

Prof. Dr. Ed Wilson Ferreira Araújo
Avaliador

Prof^a. Dr^a Leticia Conceição Martins Cardoso
Avaliadora

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar a utilização do escambo cultural como metodologia de economia criativa da produtora ludovicense Casaloca. Para tanto, esta obra se debruçará sobre a análise do evento produzido pela organização, chamado de “O Cráudio”, buscando evidenciar de forma teórico-prática, com esta metodologia foi aplicada e quais seus resultados na produtora referida.

Palavras-chave: Escambo. Casaloca. O Cráudio.

ABSTRACT

This work aims to present the use of cultural barter as a creative economy methodology by the Ludovician producer Casaloca. Therefore, this work will focus on the analysis of the event produced by the organization, called "O Cráudio", seeking to show in a theoretical and practical way, with this methodology it was applied and what its results were in the aforementioned producer.

Key words: Escambo. Casaloca. O Cráudio.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	11
2.1 Economia criativa e financiamento da cultura.....	12
2.2 Escambo cultural.....	16
3 A PRODUTORA CASALOCA	21
3.1 Origem da Produtora Casaloca	21
3.2 A Economia Criativa como modelo econômico da Casaloca.....	24
3.3 Espetáculo “O Cráudio”	26
4 FESTIVAL “O CRÁUDIO”	29
4.1 “O Cráudio” como forma de resistência de produções independentes.....	29
4.2 O uso do escambo cultural no evento “O Cráudio”	31
4.3 Reflexo das inovações disruptivas nas produções culturais.....	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
APÊNDICES	40
REFERÊNCIAS	

1.INTRODUÇÃO

São Luís, cidade patrimônio histórico da humanidade, conhecida como Ilha do Amor, cidade da poesia e mais recentemente como Ilha Rebelde e Jamaica brasileira. Rica em logradouros históricos, prédios e monumentos, museus, igrejas fontes, sítios, vielas, becos e ladeiras, a cidade apresenta inúmeras manifestações lúdicas, folclore fértil, teatro, músicas, danças, bailes, feiras, brincadeiras coletivas, culinária típica e passeios, ao longo dos anos a cidade de São Luís vem apresentando uma cena musical movimentada. Embora esteja topograficamente distante dos grandes centros culturais, promove produções em níveis variados, realiza eventos de grande porte, como é o caso do Festival BR 135¹, além de contar com casas noturnas de pequeno e médio porte que contribuem para a movimentação cultural da cidade, atraindo público interessado no que está sendo produzido no setor de entretenimento musical, abrindo espaço tanto para artistas já conhecidos como para novos talentos.

Cidade de ritmos exóticos e *calientes*, onde compositores e intérpretes locais garimpam fontes de músicas ricas em referências estéticas e sonoras, com ritmos que resistem ao tempo sem perder sua essência. Da fonte da Ilha do Amor já despontaram artistas como Alcione, Zeca Baleiro, Rita Ribeiro, Phil Veras, Criolina, denotando sua importância a nível nacional para cena musical independente.

No que tange a vivência cotidiana da cena musical ludovicense, observa-se grande empenho dos produtores e artistas locais para o desenvolvimento de um cenário que, concomitantemente, traga à tona elementos integrantes da cultura identitária regional e mantenha relações com o que é produzido fora das linhas do estado, seja através da produção de artistas nacionais na região ou com a impulsão decorrente da globalização que utiliza, principalmente, a rede mundial de computadores como sua ferramenta mais forte.

Quando se fala em produção fora das linhas do estado, aduz-se acerca do acompanhamento das produções culturais que estão sendo conduzidas por artistas de outros estados e/ou países, que de alguma maneira possam contribuir para o aperfeiçoamento do que tem sido feito em São Luís e no Maranhão.

¹ O Festival BR 135 é realizado na cidade de São Luís e já conta com mais de oito edições, sendo um dos mais importantes festivais de música independente do país. O BR 135 promove o fomento do mercado da música em dois eixos principais: o da música, que reúne shows de bandas locais e nacionais que possuem destaque na produção independente; e o eixo de formação, que contempla as atividades do Conecta Música, onde são realizadas oficinas, painéis, rodas de conversa e rodadas de negócios.

É nesse cenário que exsurge a Produtora Casaloca, inserida na cena da produção musical e artística maranhense há mais de 15 anos, contribuindo de forma evidente para a construção de uma cena cultural são-luisense através da produção de diversos artistas locais. Estes artistas estão inseridos principalmente nas novas tendências da cena local, através de um estilo alternativo que diz respeito à música independente que circula fora do círculo consolidado pela grande mídia e pela indústria cultural² do entretenimento.

Destarte, a Produtora Casaloca foi escolhida pra ser objeto deste trabalho pelo fato de o autor guardar relação profissional e afetiva com o espaço. Por ser uma obra científica inaugural sobre a produtora, em dados momentos a impessoalidade pode ser deixada de lado para dar espaço às percepções do autor deste projeto monográfico e de outros membros da casa, especialmente ao tratar sobre as origens da casa e de sua importância para a cena cultural local.

O trabalho tem em seu capítulo inaugural a apresentação de um panorama de utilização da economia criativa como meio financiador da cultura que fomenta a continuidade de produções independentes. Após isso, será discorrido sobre o uso do escambo como modelo econômico e suas repercussões no mundo artístico e também seus desdobramentos até à criação da nomenclatura “escambo cultural”.

O capítulo subsequente é destinado à apresentação da produtora Casaloca, perpassando pelo histórico de sua origem e sua importância para a cena cultural maranhense. Neste capítulo, será descrito ainda o espetáculo O Cráudio e as nuances que levaram à sua idealização e realização, encerrando com uma breve apresentação da economia criativa como modelo econômico da Casaloca.

O capítulo final é destinado à análise de O Cráudio e como esse, mediante a utilização do escambo cultural, transparece um modelo de economia criativa no meio cultural.

Para a produção desta obra monográfica foi utilizada a revisão de bibliografia para dar profundidade aos conceitos apresentados e também houve o emprego de entrevistas em campo, registrada em áudio e transcrita, com os membros da produtora Casaloca, para a obtenção de informações acerca de seu modelo de atuação no mercado maranhense.

² Para fins deste trabalho, o conceito de Indústria Cultural cunhado por Theodor Adorno e Max Horkheimer está intrinsecamente ligado à ideia de sobrevivência da produção cultural com utilização do modo capitalista de produção cultural, contudo, aplicando-se a economia criativa como metodologia.

A Produtora Casaloca, mesmo antes de tomar forma legal, já utilizava um modelo econômico diferenciado que vem conquistando espaço nos últimos anos e contribuindo para o desenvolvimento econômico do país: a economia criativa. Tendo em vista isso, será apresentado um breve conceito de economia criativa, bem como seus reflexos na sistemática de financiamento cultural enquanto mecanismo gerador de renda.

Superada esta etapa de inferências sobre economia criativa e financiamento cultural, virá à tona o escambo cultural, conceito muito utilizado no meio cultural, no qual também recebe o nome de permuta. A metodologia que o escambo cultural utiliza para financiamento da cultura permite colocá-lo como meio derivado do modelo de economia criativa.

Findando este trabalho, será demonstrado como a aplicação do escambo cultural pode ser observado na Casaloca, a partir do espetáculo O Cráudio.

2.CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA

As interações produzidas pelo avanço tecnológico, as formas de produção e distribuição, o financiamento e o marketing têm transformado o modo de fazer cultura. Se por um lado se tem a cultura folclórica e comunitária, que carrega em si os traços do cotidiano e da identidade local, se reinventando para manutenção de suas tradições, temos do outro lado um avançado processo da indústria cultural que globaliza produtos não tradicionais tidos como mercadologicamente mais rentáveis, principalmente no meio musical, mas que sazonalmente são evidenciados, por exemplo, nos festejos juninos e no carnaval, nos quais os grupos folclóricos passam a ter mais notoriedade e integrar o mix de marketing de empresas e governos, com estratégias de atração de turista e estímulos à economia.

Numa outra perspectiva, temos os grupos de produtores culturais que desenvolvem o trabalho não sob o ângulo mercadológico, mas pela continuidade da cultura em si, muitas vezes passada de gerações para gerações. Esses grupos, por sua vez, necessitam de fontes de renda que balizem o fazer cultural e a continuação das tradições, mas que também lhes viabilizem sustento para suas famílias.

É nesse contexto que emerge a economia criativa como um dos novos conceitos que ganham força no cenário cultural. Arjo Klamer (2016, p.10)³ explica que a economia criativa extrapola o modelo econômico mercadológico – no qual os produtos são direcionados aos consumidores por “um bom preço” - adotando uma ótica de afeição ao público, para assim converter este indivíduo em consumidor de seus produtos culturais:

[...] num panorama geral, é fácil perceber que a economia criativa não é sobre produzir produtos e vendê-los no mercado por um bom preço (como a esfera M), com ou sem apoio governamental (o fator G), mas sobre a atuação das comunidades criativas. Produtores terão que incentivar as pessoas a participarem ou contribuírem para tais comunidades. A participação é social e, portanto, toma lugar na esfera social. Bens criativos requerem ambientes sociais de pessoas capazes de apreciá-los, compartilhá-los e aplaudi-los. Novos bens requerem diferentes ambientes e, conseqüentemente, inovações sociais (KLAMER, 2016, p.10).

³ Professor de Economia Cultural na Erasmus University.

Ao analisarmos esse cenário, do ponto de vista da comunicação de massa, podemos apontar que a economia criativa sofre uma grande desvantagem em relação ao modelo econômico da indústria cultural, uma vez que tem menos espaço midiático e, portanto, atinge um público bem menor. Isso faz direcionar a discussão para um ponto bastante pertinente: o financiamento da cultura, que será tratado mais à frente neste trabalho monográfico.

2.1 Economia criativa e financiamento da cultura

O modelo econômico pautado na chamada “Economia Criativa” (também conhecida somente pelas siglas EC) vem tomando grande espaço e relevância no cenário mercadológico atual. Por várias partes do mundo, uma série de discussões teórico-conceituais desaguam em uma “complexa plataforma de discursos e políticas sobre a compreensão e o estabelecimento da EC como estratégia de desenvolvimento econômico” (PACHECO; BENINI; MARIANI, 2018, p. 135).

O emprego do termo “Economia Criativa”, segundo Heliana Marinho (2007, p. 12), teve sua aparição inicial na Inglaterra por meados de 2001, sintetizando uma série de movimentos que associavam criatividade e economia. Infere ainda a autora que o primórdio deste fenômeno é na Austrália, na década de 1990, quando um modelo econômico que integrava o tradicional e a inovação impulsionou o surgimento de novos modelos de negócios e potencializou a criação de produtos diferenciados, de valor agregado que reflete no “aumento da arrecadação dos direitos de propriedade intelectual e autoral”.

A empresa ECHOS – Laboratório de Inovações, em seu *e-book* “Economia Criativa: como explorar e crescer no mundo dos negócios” (2010, p.5), aponta que a EC se refere a um tipo de atividade que apresenta um potencial socioeconômico que se envolve com a criatividade, com o conhecimento e com a informação, a partir de uma combinação de criação, produção e comercialização de bens criativos de natureza cultural e de inovação por parte das empresas que atuam no respectivo segmento.

Os segmentos de atuação das empresas que desenvolvem a economia criativa podem ser divididos em 13 áreas, sendo estas: arquitetura, publicidade,

design, artes e antiguidades, artesanato, moda, cinema e vídeo, televisão, editoração e publicações, artes cênicas, rádio, softwares de lazer e música.

A Economia Criativa diz respeito a bens ou ativos intangíveis, que “são aqueles que não podem ser tocados ou vistos, porque são incorpóreos (não têm corpo). Ou seja, [...] possui valor econômico, mas carece de substância física” (CAVALCANTE; ZEPPELINI, p.4).

A par desse sucinto conceito de ativos intangíveis, pode-se inferir que tais bens, por não possuírem padrões materiais que possam nortear a aferição de um valor monetário, possuem uma dinâmica de comercialização diferenciada. Diante do cenário comercial atual que atribui caráter mercadológico a tudo que possui um mínimo de rastro comercial, a necessidade da mensuração dos bens intangíveis torna-se um imperativo.

Em comentário de apresentação da obra “Economia Criativa: Implicações e desafios para a política externa brasileira” de autoria de Mariana Gonçalves Madeira, pertencente ao Ministério das Relações Exteriores, Angélica Madeira e Mariza Veloso (2014, p.8) apontam que

O conceito [de Economia Criativa] pode também ser pensado como correlato e ligado ao de *desenvolvimento sustentável*. Ambos têm como base e alvo patrimônios preciosos – a cultura e o meio ambiente – recursos de importância estratégica para o desenvolvimento, sobretudo para os países emergentes que os possuem em ricas reservas e em larga escala. Diversidade cultural, inclusão social, sustentabilidade e inovação, os princípios norteadores dos planos de ação dos diferentes setores abarcados pela *economia criativa*, são valores que se agregam aos bens e serviços, garantindo-lhes maior competitividade (MADEIRA, 2014, p.8).

A relevância desse novo modelo econômico acentuou-se a ponto de figurar nos palcos de discussões da Organização das Nações Unidas e essa, em consonância ao que vem sendo afirmado, lançou no ano de 2018 o “*Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. 2002-2015*”, que consiste num relatório sobre economia criativa elaborado a partir da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento.

O Relatório de Economia Criativa 2010 da ONU (2010, p. 10), baseando-se no conceito apresentado na UNCTAD (*United Nation Conference on Trade And Development*), explica que

A “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.

Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.

Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.

É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral.

É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas. (Relatório de Economia Criativa 2010 da ONU, 2010, p.10).

A partir desse conceito apresentado na UNCTAD, pode-se inferir que a EC é desenvolvida a partir de ativos criativos, ou seja, a matéria-prima são produtos de cunho criativo, sendo esses estritamente dotados de elementos de cunho cultural.

Nesse sentido, temos, por exemplo, a elaboração e comercialização de um evento cultural. Nessa esteira, pode-se apontar o evento “*Rock in Rio*” como um claro exemplo da aplicação da economia criativa, uma vez que este é um evento de caráter cultural que fomenta a economia e promove resultados econômicos lucrativos e rentáveis.

É mister acentuar que a Economia Criativa abarca também processos, modelos de negócios, modelos de gestão e, portanto, não é limitada ao desenvolvimento de produtos, serviços ou tecnologia (ECHOS, 2010, p. 6).

Compreendido o contexto geral da economia criativa, se faz necessário refletir acerca do financiamento cultural no Brasil.

Conforme já destacado, a indústria cultural tem grande promoção no país em detrimento da produção cultural que não está arreigada nas grandes corporações de produção cultural que, muitas vezes, estão ligadas às empresas de mídia e imprensa que detém concessões públicas. A cultura disseminada nestas corporações atinge escala de produção industrial e expressiva inserção midiática.

Nesse sentido, a facilidade de acesso às tecnologias digitais tem proporcionado a pequenos produtores culturais a inserção de seus conteúdos em plataformas de *streaming* e a distribuição para além das fronteiras locais; entretanto, mesmo com essa facilidade, há uma impossibilidade de competitividade

mercadológica com grandes produtoras, principalmente pela escassez dos recursos disponíveis aos pequenos produtores culturais.

Hoje em dia, além das produções independentes, existem fontes de financiamento público como Lei de Incentivo Fiscal e editais de apresentação em eventos públicos (como carnaval e festas juninas). Entretanto, esse tipo de financiamento cultural é incerto para quem tem sua fonte de renda baseada no fazer cultural, o que revela, por exemplo, a faceta de desigualdade social presente na cultura brasileira: enquanto determinados grupos têm acesso a volumosas fontes de recursos, outros precisam criar fontes alternativas para sua manutenção.

Olhando para este apontamento, retomamos a conceituação de Economia Criativa, que aponta o processo de mobilização do público e a conquista da clientela a partir da afeição pelo produto, oriundo de sua experiência direta e a organização do público de caráter comunitário e de colaboração mútua, não necessitando de uma mediação massiva da mídia para o funcionamento do seu modelo econômico.

Consoante ao financiamento da cultura, Antônio Albino Canelas Rubim⁴ (2016, p. 270) afirma que

o financiamento e o fomento via Estados e empresas criam dependência de diferentes ordens, inclusive de novos apoios para manutenção de instituições e para realização de eventos e produtos. Esses apoios tornam os públicos/mercados seres desejados, mas não imprescindíveis ao ciclo da cultura. Eles, em geral, desconsideram o ciclo virtuoso da cultura desde o momento da criação até o instante da aquisição e consumo pelos públicos/mercados culturais (RUBIM, 2018, p. 270).

E completa atenuando que

O fomento direto do Estado, por meio de fundos de cultura, deve ser guiado pelo horizonte da universalização do apoio à cultura. Os fundos precisam ser mais institucionalizados, possuir critérios e procedimentos republicanos, ter modelos democráticos de seleção, ampliar a transparência de seus processos, e aumentar de modo substancial seus recursos (RUBIM, 2018, p. 270).

Como o acesso aos recursos para produção cultural são escassos, é necessário que na economia criativa se tenha meios alternativos para obtenção de

⁴ Professor do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Pós-Cultura) da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

receitas financeiras. Dentre essas alternativas, apontaremos o escambo cultural, uma prática observada a partir da inserção na produtora Casaloca, objeto deste trabalho.

2.2 Escambo cultural

O escambo é tradicionalmente conhecido por ser um modelo de comercialização que não é pautado na existência de uma moeda de troca, mas sim na interação entre quantias equitativas, ainda que de produtos de naturezas distintas. Historicamente, o escambo consubstanciava no processo de ludibriação pelo qual passavam os índios nativos das terras que eram descobertas e colonizadas pelas frotas portuguesas, quando era trocado, em geral, bens naturais por produtos trazidos pelos navegantes. Contudo, essa acepção deu espaço a uma nova roupagem do que seja escambo cultural, despindo-se de aspectos negativos e adentrando a um conceito reformulado e socialmente não-reprovável.

Em termos gerais, escambo é a pura e simples troca de bens ou serviços. Desse modo, não diz respeito a um aspecto pejorativo, mas sim a uma lógica de subsistência válida e eficaz que se utiliza da oportunidade e conveniência nas relações mercantis. Assim, consiste em dois polos com demandas suplementares que permutam entre si em torno daquilo que necessitam sem a intervenção de um valor expresso monetariamente. Apesar de não haver a utilização de dinheiro, o escambo gera alguma expressão de renda às partes envolvidas.

Deve-se inferir ainda que

(...) outra de suas características [do escambo] está no fato de que tais trocas não ocorrem por acaso. São processos que compõem a organização do mundo e da nossa realidade tal como hoje elas são. Assim, o escambo não é bom ou ruim, certo ou errado. Ele é, concomitantemente, a matéria-prima e o resultado das relações (trocas) existentes nos cenários da vida (CONDE; MAFRA e CAPPELLE, 2014, p.133)

Essa acepção mais abrangente reconhece que o escambo permeia as diversas esferas da vida como mecanismo gerenciador da organização do mundo e da realidade, sendo possível observá-lo nas mais diversas relações que são pautadas em processos de troca. Karl Marx (*apud* SILVA, [s.d.], p.17) valida a utilização de

trocas de mercadorias, a exemplo do que acontece numa relação de escambo, ao pontuar que:

Não é através do dinheiro que as mercadorias se tornam comensuráveis. Ao contrário. Sendo as mercadorias, como valores, encarnação de trabalho humano e, por isso, entre si comensuráveis, podem elas, em comum, medir seus valores por intermédio da mesma mercadoria específica, transformando essa em sua medida universal do valor, ou seja, em dinheiro. O dinheiro, como medida do valor, é a forma necessária de manifestar-se a medida imanente do valor das mercadorias, o tempo de trabalho (MARX, 2003, p. 121)

Conforme depreende-se do enxerto acima, apesar de atualmente não ser a principal forma de comercialização de mercadorias, o escambo é válido, à medida que põe numa balança valores equitativos de expressões materiais do trabalho humano.

No âmbito da subjetividade artística, o termo “escambo cultural” diz respeito ao processo de troca entre culturas, no qual fontes culturais diversas interagem entre si e promovem o desenvolvimento e manutenção de um segmento cultural ou mesmo a criação de um novo conceito artístico. Esse processo de troca, ainda que produza fins lucrativos, não há em seu bojo o simples âmago de produzir riqueza financeira, mas sim de fomentar a produção de riquezas de caráter imaterial, ou seja, que dizem respeito ao próprio desenvolvimento da cultural. Nesse campo, a energia motriz propulsora do escambo cultural é o próprio anseio por desenvolver algo novo no âmbito da cultura ou promover a manutenção e potencialização de aspectos culturais já existentes.

Em sentido mais estrito, o escambo cultural corresponde às trocas realizadas, de modo geral, entre os próprios artistas. Destarte, um artista disponibiliza sua expertise e como contrapartida recebe alguma expressão econômica através de bens, serviços ou, mais subjetivamente, o fortalecimento da cultura. Através da participação em um sarau musical, por exemplo, um artista musical se apresenta e em troca, como moeda de pagamento, recebe instrumentos musicais que o produtor do evento dispõe.

O escambo cultural não está adstrito as regras ou normas regulamentadoras. Ele é baseado na confiança, afeto e amizade das partes, que

encontram na demanda uma correspondência de interesses, ou seja, o artista realiza a troca por se identificar com aquilo que está sendo produzido.

Deve-se frisar que o escambo não atua como fonte permanente de renda, sendo, portando, usado de forma sazonal para a consecução de fins e objetivos específicos, ainda que este não tenha um prazo determinado para findar. Assim, numa situação hipotética, um festival é utilizado como mecanismo para angariar fundos para reformar a praça de uma cidade onde são realizadas mostras culturais, através da doação do caixa dos artistas para esse fim. O festival será realizado quantas vezes forem necessárias, até que se obtenha uma quantia suficientemente capaz de suprir as demandas da reforma. Note-se que a quantidade de vezes que o evento será realizado é indeterminada, porém, limitada à obtenção dos recursos necessários. Nisto reside a sazonalidade.

Remontando ao desenvolvimento cultural ao longo da história, observa-se que ainda no período renascentista desenvolveu-se a prática do mecenato, termo que diz respeito ao financiamento dos artistas pela burguesia da época. Em linhas gerais, aqueles detentores de grande poder aquisitivo financiavam artistas com o intuito da promoção de conteúdo cultural.

O mecenato ainda é visto nos dias de hoje. Entretanto, essa prática ocorre principalmente por meio do fomento do Poder Público, através de leis ou incentivos fiscais, e de parcerias com o setor privado. Nesse sentido, temos que

Por mecenato pode-se entender a prática de apoio a ações culturais através de recursos advindos de doação ou patrocínio. É por meio destes recursos econômicos que pessoas e empresas valorizam e enriquecem o patrimônio cultural coletivo. A característica do mecenato é o aporte de recursos próprios à cultura em função do valor do bem cultural e econômico a ser apoiado ou em decorrência da associação da imagem pessoal ou da empresa. Inclusive, é possível afirmar que a cultura é bom negócio no sentido da construção de uma imagem para empresas que geram externalidades negativas – por exemplo, ao meio ambiente e à saúde (BARBOSA DA SILVA, 2017, p.20).

O financiamento cultural por meio do mecenato praticado pelo setor privado corrobora com a manutenção de produções artísticas e subsistência de artista. Contudo, apesar deste incentivo que se soma às do Poder Público, quantitativamente o alcance de artistas ainda é irrisório.

Na perspectiva dos produtores independentes, esse cenário é agravado, pois as grandes produtoras de cultura de massa acabam por deter quase a totalidade do mercado cultural. Carolyne Dornelles Melo⁵ infere que a produção cultural brasileira não é autossustentável, tornando-se “refém” de iniciativas privadas ou de editais de empresas estatais, enfrentando ainda a grande burocracia para acesso aos recursos financeiros, além das dificuldades de formação de público.

É neste diapasão que o escambo cultural surge como ferramenta em resposta à necessidade de adoção de meio alternativos de financiamento e democratização do acesso à a cultura. Nesse sentido, temos que:

A cultura é viva e se remodela conforme surgem novos entendimentos sobre a sociedade em que se insere, da mesma forma a arte ganha novas perspectivas e intenções. Assim, é imprescindível que esta seja acessível a todos, tanto do ponto de vista econômico quanto de oferta, pois ela possibilita ao público um questionamento acerca dos significados atribuídos e já legitimados, auxiliando na renovação dos sentidos.

Nesse viés, as políticas públicas de democratização da cultura devem assegurar que haja uma ampliação da distribuição dos bens Culturais entre a população, criar condições de acesso às instituições e espaços públicos culturais, permitindo que o cidadão possua uma maior consciência crítica e estética, formando seu aporte cultural. Embora sejam aspectos interessantes para se democratizar o acesso, essas políticas não impulsionam uma produção cultural própria, permite apenas que o indivíduo tenha acesso ao produto pronto. Por isso, precisamos de mais políticas de democracia participativa, que oportunize que os mais diversos produtores culturais e sociais passem a ser ativos (...) (COSTA; LISBOA FILHO, 2017, p. 53)

O êxito cultural e artístico brasileiro ainda é muito atrelado ao potencial televisivo, ou seja, detém maior visibilidade e notoriedade aqueles que são divulgados na tv. Porém, adentrar o espaço televisivo é algo bem dispendioso, extrapolando a realidade da maioria dos artistas e produtores culturais, ocasionando na restrição a um seletivo grupo. “Questões de ordem econômica, política e social se entrelaçam para tornar difícil a produção cultural e, conseqüentemente, a formação de público para essas produções” (MELO, 2016). Nessa esteira, além do incentivo à produção cultural ainda ser irrisório, se tomarmos como padrão o grande contingente de artistas, os custos de produção e divulgação de material acabam por elevar os custos e, como decorrência, o preço aos consumidores tornam-se elevados, o que priva grande parcela da população do acesso às produções artísticas e culturais. A utilização de

⁵ Matéria publicada no site A Verdade. Disponível em <https://averdade.org.br/2016/10/producao-cultural-brasileira-dificuldade-e-resistencia/>.

meios alternativos de financiamento mostra-se, portanto, fator também de inclusão social.

O escambo cultural é, então, um meio fomentador da cultura que promove a comercialização de mercadoria cultural sem que haja, necessariamente, o uso do dinheiro, utilizando-se de trocas ou permutas como canal financiador. Assim, o artista dispõe de recursos alternativos como contrapartida à sua produção cultural.

Em termos práticos, imaginemos que uma gravadora disponibiliza seus serviços para produzir o disco de um determinado artista. Ao longo do processo de produção, o artista nota que a gravadora sofre com a precariedade de alguns equipamentos e então propõe que o pagamento dos serviços prestados ocorra por meio do fornecimento de equipamentos novos e a proposta é acatada pela gravadora. Esta situação hipotética retrata um típico modelo de escambo cultural. Deve-se frisar que esta relação costuma ocorrer em decorrência da pré-existência de algum tipo de relação afetuosa entre as partes, havendo assim uma correspondência de interesses. Em outros termos, o escambo costuma proceder numa relação entre amigos que visam desenvolver uma atividade ou mesmo fortalecer a cena cultural e artística. Apesar disso, isso não implica que não há margens para que “estranhos” realizem esse tipo de troca.

O termo escambo cultural pode causar estranheza por não ser tão usual nos diálogos quotidianos, mas sua prática é bem vívida enquanto forma de subsistência cultural e artística, principalmente em decorrência dos impactos gerados pelas grandes produtoras aos pequenos artistas que precisam lidar com um domínio de mercado em ditames totalmente distintos de suas capacidades. O termo mais em voga na linguagem corriqueira é permuta. A ideia que circunda a permuta é o afastamento da lógica monetária de compra e venda exclusivamente por meio do dinheiro.

3. A PRODUTORA CASALOCA

A produtora Casaloca foi escolhida para integrar esta obra monográfica por representar bem as ideias aqui sustentadas, tanto de economia criativa quanto de escambo cultural. A fim de conhecer como esta foi concebida, quais fatores serviram como combustível propulsor para sua consolidação no cenário cultural maranhense, além de compreender como a economia criativa por meio do escambo cultural permeia suas atividades, foi realizada uma entrevista com Adnon Soares, proprietário da Casaloca, e com Paulo César Corrêa Linhares, conhecido no meio artístico como Paulão, 29 anos, advogado e músico, membro da Casaloca e um dos idealizadores do espetáculo “O Cráudio”.

A entrevista foi realizada a partir de um diálogo com Adnon e Paulão, utilizando-se perguntas pré-estabelecidas, mas abertas, ensejando, deste modo, as ponderações do entrevistado e dando margem a inferências acerca do modelo econômico da produtora.

No subtópico abaixo será apresentada a Produtora Casaloca. Insta esclarecer que todas as informações e dados foram retiradas da entrevista com Adnon e Paulão.

3.1 Origem da Produtora Casaloca

Por idos do ano de 2006, o espaço (localização) onde posteriormente foi estabelecida a Casaloca era a residência do músico Adnon Soares, que também a utilizava para ministrar aulas de violão e guitarra. Além de professor, à época, Adson também iniciava sua carreira como produtor musical.

A origem da Casaloca se dá através da integração de diferentes tribos urbanas. Em 2001, Adson Soares já realizava alguns *freelancer* de produção em estúdio, época em que realizava graduação na Universidade Federal do Maranhão (UFMA), sendo este um local que lhe permitiu conhecer várias tribos urbanas e artistas atuantes no cenário local, ampliando sua cosmovisão enquanto artista. Esses *freelancers* eram realizados para amigos e de forma amadora. Assim, a atividade de produtor veio antes mesmo da Casaloca.

No ano de 2001, a mãe de Adson faleceu e o prédio onde seria firmada a Casaloca ficou abandonado por aproximadamente quatro anos. No final de 2005, os

filhos retornaram para a casa e, a partir daí, foi iniciado um movimento na casa. Adson era músico, então outros músicos frequentavam a casa para interagir. Um de seus irmãos estudava teatro e história, fazendo com que um público mais “cult” de acadêmicos de ciências humanas frequentasse a casa para jogar games de RPG e assistir filmes. Seu outro irmão era membro da igreja que ficava localizada em frente à casa, fazendo com um grupo voltado a ideais religiosos também estivesse presente.

Essa diversidade de público fez com que os irmãos tivessem muito apreço no bairro. Além disso, promoveu a interação harmoniosa entre pessoas de distintas ideologias e ideias de vida. Assim, havia gravação de heavy metal em um cômodo ao mesmo tempo em que era realizado um culto em outro. A “loucura” que era reunir esses públicos deu origem ao nome Casaloca, batizada com este nome pelos próprios frequentadores.

O começo da produtora foi bem espontâneo. As pessoas a buscavam para realizar suas produções. Não havia divulgação em sites ou entrega de cartões de visita e afins, sendo tudo realizado boca a boca. Diferente de hoje, o trabalho de registro de obras fonográfica era bem irrisório.

Quanto ao perfil dos frequentadores da Produtora, em geral são músicos do bairro do Cohatrac (São Luís-MA) que a frequentam objetivando dividir experiências entre si, além de realizar atividades musicais como ensaios, gravações e composições. No entanto, ao passo que os trabalhos de Adnon Soares tomaram mais visibilidade ao longo dos anos, o público frequentador passou a abranger também músicos moradores de outros bairros. Para além de uma visita de cunho meramente musical, soma-se ainda ao público frequentador uma parcela de admiradores das atividades desenvolvidas no estúdio. Esses fortalecem um vínculo mútuo de amizade e são envolvidos na vivência cultural ali produzida.

A Ilha de São Luís é um grande berço dos mais diversos segmentos culturais. No âmbito musical, a Casaloca, enquanto espaço aberto otimizador da troca de experiências, propicia uma vivência colaborativa entre vários músicos e apoiadores da cena autoral de São Luís, exercendo um papel fundamental na construção da identidade musical dos artistas, especialmente pelo fato de o amadurecimento dos agentes e da cena musical perpassar pela troca destas experiências.

Destarte, a casa não atua meramente como um estúdio de produção musical, mas como instrumento fortalecedor da cena musical ludovicense, além de transformar as ideias musicais em trabalhos prontos a serem divulgados, realizando

gravação, mixagem e masterização de faixas e também acaba funcionando como uma incubadora das próprias ideias, estéticas e modos de fazer da cena local. Atualmente, é impossível falar da cena autoral de São Luís sem mencionar a Casaloca.

Dentre importantes nomes do cenário local já produzidos pela Casaloca, há artistas como Bavu da Basarone, Ronaldo do Chão de Grude, Banda Soulvenir, Memel, Raflea da Casaloca, Bimbo Sandoval, Djalma Lúcio do Catarina Mina, Nathália Ferro, Phil Veras, Paulão LC, Tiago Máci, bandas de rock de São Luís como Gallo Azhuu, bandas de reggae como Cena Roots e Núbia, artistas de rap/reggae como Canal Raja, além de outros mais.

A sustentação da Produtora Casaloca já passou por várias fases. Houve um período de caráter mais comercial, no qual foi gerado fundos para dar início efetivamente à produtora. Em relação aos tipos de produção, já foram realizadas as que vão de gravações de forró a jingles para campanhas políticas. Essas produções iniciais foram necessárias para obter os primeiros maquinários. Já teve ainda uma temporada de trabalhar o lado mais artístico, tendo outra relação com a música e com os outros artistas que já viviam da música. Toda essa vivência potencializou o desenvolvimento não somente como produtora musical, mas também como produtora de um conceito artístico, tendo em vista que cada artista carrega consigo seus ideais e conceitos e, a partir disso, cria-se uma nova cena cultural. Desse modo, com a realização das produções e a criação de uma nova cena cultural, passa a ter música para mostrar e palcos para apresentar, fortalecendo a produção cultural que sempre lutava para sua subsistência fazendo espetáculos gratuitos ou custeados pelo próprio artista.

Quanto à importância da Produtora Casaloca na vida do entrevistado Paulão, Adson Soares foi seu professor de violão no ano de 2006 e também produtor responsável pela sonorização de seu primeiro disco solo, consagrando uma amizade de longos anos. Essa proximidade ensejou a realização de um escambo cultural entre eles, ainda que inconscientemente. Em termos fáticos, Paulão observou que a casa demandava várias intervenções em sua estrutura física e, então, propôs que o pagamento da produção e gravação do seu disco fosse feito mediante a compra de materiais para a melhoria da estrutura física da casa. Em outra ocasião, Paulão assumiu valores necessários para a conclusão de obras estruturais em mais uma permuta com Adnon, na qual o seu disco *Special Power* (2019) foi mixado e

coproduzido pelo produtor como forma de pagamento pelos valores despendidos na reforma da Casaloca.

Após a experiência acima descrita, o envolvimento afetivo do entrevistado levou-o a ser um colaborador mais ativo, passando a realizar contribuições que vão deste empréstimo e compra de equipamentos de estúdio até a realização de atividades de serviços gerais. No ano de 2017, houve um período de inatividade na casa. Em conjunto a outros colaboradores, Paulão cuidou da manutenção da casa a fim de evitar deterioração. Neste período passou a ser concatenado o espetáculo “O Cráudio”, que ainda será tratado nesta obra.

Quanto ao papel social da Casaloca, ela é um centro de produção de cultura imaterial da cidade de São Luís, onde já foram idealizadas e produzidas diversas obras com força latente de se tornarem-se marcos da música brasileira. Outrossim, como a casa possui um ideal colaborativo, gerando laços de solidariedade em seus membros, há uma nítida formação de caráter e forja de subjetividades. Uma vez no convívio com a Casaloca, os músicos passam a orientar sua visão sobre a própria arte e a sociedade de maneira coletiva.

Para reafirmar a relevância da Casaloca na produção local ludovicense, no Festival BR 135 do ano de 2019, das 15 atrações locais que se apresentaram, 13 já tiveram gravações realizadas pela produtora.

Atualmente, a forma de produção é diferenciada. Quando o artista ou banda busca a produtora para realizar um serviço, é estabelecido um lable com um pacote que inclui não somente a gravação, mas também uma live, clip, ensaio fotográfico, podcast, etc. Com isso, o artista é tratado como um parceiro e não meramente como um cliente, sendo beneficiado inclusive com preços de produção com custos mais baixos. Assim, antes de fechar o contrato é feito um crivo para saber se a produção condiz com os ideais da produtora. Essa relação produz um efeito de mão dupla, pois o artista é beneficiado com custos mais baixos e a produtora é inserida naquilo que está acontecendo no cenário atual.

3.2 A Economia Criativa como modelo econômico da Casaloca

Estar em meio as adversidades e buscar meio de evoluir, a fim de superá-las, é uma característica inerente a todo ser humano, sendo esta, inclusive, tese integrante da Teoria da Evolução das Espécies de Charles Darwin. Nesse sentido,

pode-se compreender que a todo instante há a necessidade de evoluir a fim de responder às condicionantes que surgem no mundo.

A Heráclito é atribuída a sabedoria que diz que:

Ninguém pode entrar duas vezes no mesmo rio, pois quando nele se entra novamente, não se encontra as mesmas águas, e o próprio ser já se modificou. Assim, tudo é regido pela dialética, a tensão e o revezamento dos opostos. Portanto, o real é sempre fruto da mudança, ou seja, do combate entre os contrários (HERÁCLITO, 540 a.C.- 470 a.C. apud ALVES, 2018, p.18).

No âmbito cultural, essas realidades podem ser perfeitamente empregadas. A primeira diz respeito à necessidade de evolução dos artistas, visando a adequação à cena cultural presente no momento. Não é forçoso afirmar que artistas que não buscam adaptar-se à realidade do século XXI podem sucumbir na tentativa de dar continuidade às suas atividades. Da mesma forma, é imprescindível que os artistas busquem as mudanças que ditam o que é o real de cada período.

Nesse cenário, o atual modelo de ferocidade na indústria mercadológica impõe mudanças no modelo econômico adotados pelos produtores independente, tendo em vistas que estes não seguem a mesma lógica da indústria cultural.

Nessa perspectiva, a Economia Criativa é o que há de mais atual no modelo econômico a ser adotado pelos produtores de cultura, baseada no tripé capital intelectual, cultura e criatividade (SEBRAE, 2019). Sérgio Sobreira (2014, p. 5) infere que

A capacidade de inventar, reinventar e empreender a partir das potencialidades do entorno são reconhecidamente características do ser humano. Todavia, apenas a partir de meados dos anos 1990, diversas instituições públicas e privadas passaram a dar destaque às atividades econômicas relacionadas à criatividade como mola propulsora do desenvolvimento econômico, social e urbano. (SOBREIRA, 2014, p. 5).

A Economia Criativa está atrelada à capacidade de unir demandas e soluções criativas, fazendo com que haja a geração de renda. Além disso, ela possui um papel atinente ao desenvolvimento econômico, social e urbano, pois à medida que tem o potencial de gerar emprego e produzir renda, funciona como meio de superar as dificuldades econômicas enfrentadas hodiernamente.

No Brasil, alguns projetos de Economia Criativa tomam destaque, a exemplo do projeto Cartase, Bliive, Giral, ProjectHub, Greentee, dentre outros.

No âmbito musical, no qual está inserido a Casaloca, um dos principais canais para a potencialização da economia criativa são as redes sociais e as plataformas de *streaming* de músicas e vídeos. Na prática das atividades da Casaloca, quando um projeto será produzido, é fechado um pacote com vários serviços que incluem produção de vídeo clip, ensaio fotográfico, realização de lives de divulgação em plataformas de *streaming*, além de espetáculos para lançamento e divulgação do material produzido. Assim, os mais diversos meios criativos e inovadores se unem para a produção de um material e conteúdo diferenciado, dotado de elementos criativos e que paralelamente a isso produz renda.

3.3 Espetáculo “O Cráudio”

Inicialmente, cumpre salientar que as informações acerca do espetáculo “O Cráudio”, que aqui serão apresentadas, são partes integrantes da entrevista do tópico “Origem da Produtora Casaloca”.

Como já referido, em outra ocasião, o espetáculo O Cráudio começou a ser gerado no ano de 2017, quando Adnon Soares e outros músicos mudaram-se para a cidade de Jericoacara-CE, acarretando em um período de inatividade da Casaloca. O período chuvoso desencadeou uma série de problemas estruturais na casa, o que a levou a um certo grau de risco. Nesse cenário, O Cráudio foi idealizado por alguns frequentadores da Casaloca que haviam permanecido em São Luís, com o intuito de angariar fundos para a realização de reformas estruturais na Produtora.

Para a realização de O Cráudio, músicos e artistas do cenário musical - muitos já mantinham alguma relação com a Casaloca, eram contatados para participarem do evento e destinarem os cachês provenientes da bilheteria do espetáculo para a reforma da casa. Ao total, foram realizadas 7 edições entre os anos de 2017 e 2018.

Embora o evento não tenha alcançado todo o valor necessário para a realização das intervenções estruturais necessárias, ele foi importante para a manutenção da cena musical, com uma mínima mobilizada num período em que vários de seus agentes estavam fora de São Luís. Além disso, a própria mobilização surgida em torno dos eventos fez com que as discussões a respeito da importância

da casa e de seus planos para o futuro tomassem corpo. Se o Cráudio não tivesse acontecido àquela época, é possível que a Casaloca tivesse ruído.

Deve-se ter em mente que o festival não diz respeito exclusivamente a um mecanismo para a obtenção de fonte de renda, pois perpassa por uma significação muito mais profunda. O evento é também uma representação do anseio de resistência, a busca por dar continuidade a produções culturais independentes, desvelando que os ideais gerados mutuamente entre os frequentadores da Casaloca, ao longo dos anos, possuem força suficiente para suplantar as dificuldades que surgem.

O Cráudio, portanto, é essencialmente uma forma de circulação da música independente. Mas não é só isso. O evento também representa uma forma de fortalecimento deste nicho de produção cultural, que é amplo, mescla inúmeros estilos musicais e artísticos, promovendo trocas, interações sociais e permitindo uma licença estética incomum à indústria cultural. A adversidade, na qual foi idealizado, funcionou como propulsor para a utilização de meios alternativos como instrumento de produção econômica. São justamente essas dificuldades que conduzem artistas a potencializarem a utilização da economia criativa como canal para o desenvolvimento de suas atividades.

O Cráudio surge como resposta à equação que utiliza a variável promover cultura e ganhar dinheiro mantendo as identidades e a variável sustentabilidade cultural. O dilema dos produtores independentes reside muito em obter na cultura uma fonte de renda sem perder aspectos importantes de tradicionalidade que formam uma identidade peculiar de cada artista.

Hamilton Faria, em entrevista ao Instituto Akatu⁶ comento à ideia de sustentabilidade cultural, acentua que

Certamente estamos falando de uma visão mais ampla de cultura, uma cultura da sustentabilidade, que dá conta de dimensões maiores que arte e que trata da cultura como um todo, como um bem comum da localidade, do país, do planeta; de um paradigma de saudabilidade, de saúde para o planeta – social, mental e ambiental. E também estamos falando de uma integração de conhecimentos e ações que justamente dão essa conotação de sustentabilidade e não apenas de uma visão ambientalista de mundo, sem negá-la, é lógico. Quando falamos de sustentabilidade, estamos falando de bem comum. Não há cultura da sustentabilidade sem a preservação e o desenvolvimento do Bem Comum. E os bens comuns são patrimônios da

⁶ Disponível em <https://akatu.org.br/cultura-e-sustentabilidade/>

humanidade, valores partilhados, imaginários, bens necessários para a vida, criações coletivas. Desta forma a cidade deve ser um bem comum – a água, a terra, a alimentação, os patrimônios culturais materiais e imateriais fazem parte de uma cultura urbana sustentável (Instituto Akatu).

Sustentabilidade é um conceito mais habitual quando se está falando de preservação do meio ambiente. Contudo, este conceito é mais abrangente, abarcando uma diversidade de áreas, incluindo a cultura. No sensível à cultura, a sustentabilidade diz respeito à promoção de “um crescimento que leve em conta a hereditariedade e a construção da identidade cultural de um povo” (Instituto Arte em Curso, 2020)⁷. Portanto, no que tange a cultura, sustentabilidade está ligada à preservação de aspectos culturais de um povo que formam uma identidade única dele.

O Cráudio contém aspectos de sustentabilidade cultural por se tratar de um evento cultural e artístico que possibilitou a continuidade de um projeto -a Casaloca, que já é o marco da cena maranhense.

Além disso, em um contexto de economia regional e global, o setor cultural deve ser apoiado de forma efetiva e envolver uma multiplicidade de agentes, sendo fundamental para isso contar com a articulação entre diferentes instâncias e com a constituição de redes e parcerias” (SOUSA E SILVA, 2011, p. 5).

O Cráudio só foi possível graças à network existente entre os vários artistas que já utilizaram os serviços da Casaloca e também de simpatizantes de suas atividades.

⁷ Matéria disponível em <https://arteemcurso.com/blog/conheca-exemplos-de-sustentabilidade-cultural/>

4. FESTIVAL “O CRÁUDIO”

A produtora Casaloca possui uma forma de produção de eventos artísticos bastante singular, baseado em trocas, permutas, parcerias, indo além das tradicionais transações financeiras típicas das relações comerciais, estabelecendo uma relação que põe em voga laços de confiança, amizade, solidariedade e afeto entre os artistas. Esta relação pautada na correspondência de subjetividades entre os artistas dá ensejo à aplicação do escambo como forma de pagamento nas produções culturais, o que acarreta em um circuito cultural distinto dos tradicionais.

A produção de artistas de expressão no cenário local e nacional contribui para o fortalecimento da cena cultural. Atrelado a essas produções, há a realização de eventos e shows para lançamento de CDs, singles, vídeos clips, por exemplo, que ensejam a participação de outras produtoras, além de agregar outras áreas artísticas como a fotografia, teatro, performance e poesia.

Além do espetáculo “O Cráudio”, que será pormenorizado adiante, a Produtora Casaloca também foi coprodutora do evento Sebo no Chão que era realizado semanalmente aos domingos na praça principal do bairro do Cohatac em São Luís e movia a comunidade local e vários artistas. A cada nova edição o público interessado crescia, fazendo com que este evento entrasse no calendário da cidade como opção de entretenimento, servindo ainda como propagador da arte em seus vários segmentos, como a música, o teatro, exposição fotográfica e plástica, poesia e como carro-chefe a venda de livros expostos para vendo ou troca sob um grande tapete no chão.

As apresentações no Sebo no Chão serviam como uma espécie de grande ensaio público, nas quais os artistas podiam divulgar seus trabalhos. Deste modo, ao passo que os artistas ganhavam com a divulgação, atraíam também pessoas para a compra ou troca de livros, que era a atividade principal do evento. Essa é também uma espécie de escambo cultural.

4.1 “O Cráudio” como forma de resistência de produções independentes

Às produções independentes é demandado a busca por meios diferenciados no processo de produção, circulação e consumo daquilo que for produzido. Estar fora do roteiro da indústria cultural impõe trilhar um caminho com vários percalços, o que acaba por impossibilitar muitas produções, restringindo a

circulação e o consumo a um grupo restrito e pequeno de artistas que tem apoio da produção em massa.

Apesar desse cenário, algumas formas de resistência surgem, como é o caso da “cabanagem digital”, termo que faz referência ao movimento da Cabanagem (1835-1840) ocorrido na então província de Grão-Pará no qual índios destribalizados, índios aldeados, negros forros escravos e mestiços lutaram contra a subjugação que passavam após a declaração de independência do Brasil. Quanto à cabanagem digital em relação ao estilo musical paraense tecnobrega, Ézyo Lamarca (2008, p.90) infere que

Mas o grande mérito desse movimento reside no fato da subversão da forma de divulgação e produção das músicas, CD e DVD, totalmente fora do circuito da indústria fonográfica tradicional. No geral, a produção se dá em estúdios caseiros, semiprofissionais, sendo que a partir desse ponto o trabalho de divulgação passa a ser dos camelôs, carinhosamente chamados de “pirateiros” pelos tecnobregueiros. Em recente estudo da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas e da Fundação Getúlio Vargas – *Tecnobrega: características de mercado – economia, propriedade intelectual e indústria cultural* –, realizado entre 20 de agosto e 20 de setembro de 2006, o faturamento médio do mercado de vendedores de rua com a venda de CD e DVD de tecnobrega está em torno de 1 milhão de reais e 745 mil reais, respectivamente (LAMARCA, 2008, p. 190).

Como depreende-se da citação acima, a forma de produção, circulação, divulgação e consumo do tecnobrega foge totalmente às tradicionalidades da indústria musical, mas ainda assim produzia uma expressão econômica, apesar de irrisória se em comparação com a indústria cultural. O que se deve ter em mente é que a produção independente não diz respeito tão somente à falta de acesso às grandes produtoras, mas também, e talvez principalmente, à incompatibilidade com a ferocidade da lógica mercadológica das grandes detentoras do mercado cultural que estima muito o lucro em detrimento da produção em si e do fortalecimento da cena cultural.

Mais que um simples festival, O Cráudio é também uma forma de resistir das produções independentes locais do maranhão e mais precisamente de São Luís, dada a importância que a Casaloca tem para a cena cultural local. Isso fica evidente quando é acentuado que a Produtora não é preocupada apenas em gerar dinheiro, mas também no fortalecimento cultural. O financiamento das produções da Casaloca põe em voga o valor imaterial das amizades que são firmadas na casa, nas interações e trocas entre os artistas e demais frequentadores que ali são geradas. É justamente

nesse sentido que o dinheiro não é tido como o único meio de financiamento das produções, sendo utilizado também outras formas, tal qual o escambo, objeto deste trabalho.

4.2 O uso do escambo cultural no evento “O Cráudio”

Como já inferido, o evento “O Cráudio” foi concatenado por ocasião de a Casaloca ter passado por um hiato produtivo e ficar desocupada, o que acabou acarretando danos à produtora. Estes danos não dizem respeito apenas àqueles que atingiram as estruturas físicas do prédio durante o período chuvoso. Há danos também de cunho imaterial, pois a produtora funciona como um grande centro de iniciação, integração e interação de artistas. Logo, paralisar as atividades da casa trouxe impactos à produção musical e cultural local. Assim, O Cráudio não diz respeito apenas à obtenção de recursos, mas sim à manutenção de uma ideologia, de um estilo de vida e da continuidade de um espaço fabricante de conceitos e cenas culturais de nível local e nacional.

Esse contexto traz à tona um debate referente à relação entre cultura e economia. Discute-se sobre a utilização da cultura como fonte econômica. É cediço que o cenário mercadológico atual impõe a capitalização financeira de quase tudo aquilo que possa ser mensurável financeiramente. Isso põe em embate a ideia de produções culturais não serem utilizadas unicamente com escopo de rentabilidade financeira. A cultura é dotada de valor subjetivo que nem sempre pode ou não possui um valor mensurável, pois expressa subjetividades inerentes aos artistas. Apesar disso, a comercialização da cultura é algo evidente e, observados os contornos que separa a necessidade de comercialização e a voracidade mercadológica obstinada por lucros, deve ser estimulada. Nesse sentido, Aleixo descreve que

Deste modo é possível observar que estes dois conceitos, “cultura” e “economia”, não são conceitos completamente opostos: há um fundo económico, de carácter comercial, nas atividades culturais, que se manifesta através da produção, distribuição e comércio de produtos e serviços culturais. (...)

É possível estudar a cultura como um sector económico, no sentido em que através de um sistema de produção, distribuição e consumo de bens culturais, a cultura contribui para o desenvolvimento económico de um país, analisando os fluxos de receitas gerados pela cultura, pela força de trabalho e as decisões culturais das instituições. (ALEIXO, 2013, p. 19)

Como depreende-se dos apontamentos de Aleixo, a economia pode se valer da cultura, tendo em vista seu latente poder comercial e da vultosa mercadoria produzida. A produção cultural nos grandes centros nacionais movimentava significativamente a economia brasileira. Festivais como Rock In Rio e Lollapalooza mobiliza uma grande gama de pessoal, gerando empregos e injetando bastante dinheiro na economia, além de abrir espaço para algumas produções independentes, o que torna plausível o uso da cultura como fonte econômica.

Apartando-se da discussão econômica, surge novamente um debate sobre a relação entre produções independentes e produções em massa. A crítica é pautada no fato de as produções em massa serem detentoras de quantia exorbitantemente superior às produções independentes. Assim, enquanto um pequeno grupo de artistas e produtores culturais contam com grandes apoios e investimentos, outros passam por dificuldades e necessitam encarar grandes desafios para dar forma às suas artes.

Noutro giro, o aporte tecnológico disponível às grandes produtoras para difusão de material artístico põe em descompasso as possibilidades dos pequenos artistas, acentuando a discrepância entre as produções independentes e as produções em massa. As dificuldades oriundas das produções independentes acabam por ser um óbice à continuação de muitos artistas na cena de produção cultural, pois esses necessitam dispor de uma profissão paralela para sobreviver, deixando a arte como um *hobby*. Aqueles que persistem com suas produções independentes precisam remar contra a maré e adotar meios alternativos de obtenção de renda, como é o caso do escambo cultural.

Nessa toada, o escambo cultural, enquanto estratégia alternativa de financiamento de produções artísticas e culturais, é um meio *sui generis* de continuidade cultural para produtores menores e independentes, isto é, possui natureza própria de subsidiar produções. Não que isto seja algo negativo, mas não deve ser encarado sem estranheza que artistas necessitem utilizar o escambo como mecanismo principal para realizar suas produções. Esta deveria ser uma forma alternativa de livre escolha dos artistas e não o instrumento principal exigido pela falta de outro meio de financiamento.

Como já inferido neste trabalho, a Produtora Casaloca tem grande relevância no cenário de produção cultural maranhense, por ser um canal que fortalece a cena local. O cenário de paralisação de suas atividades produziria efeitos

deletérios à cena cultura local. Assim, a busca por um mecanismo alternativo que desse continuidade às atividades da Produtora foi a medida que se exigia, sob pena de pôr em xeque a existência de um espaço de grande relevância que foi construído, fortalecido e consolidado ao longo de muitos anos.

Destarte, as edições de O Cráudio foram muito além de uma obtenção de recursos econômicos para a realização de intervenções estruturais no prédio da Casaloca. O Cráudio diz respeito à permanência de uma fonte de cultura, à subsistência de um celeiro de artistas. Isso vai muito além de questões materiais, pois adentra o campo da subjetividade. A Casaloca não é só uma produtora, mas sim um local de encontro de artistas, um espaço onde amigos podem comungar cultura entre si e desta forma fortalecer vínculos que repercutem na cena cultural maranhense.

O escambo, enquanto fonte financiadora da realização do espetáculo O Cráudio revelou-se um mecanismo de suma importância para a resistência da Casaloca. Assim, no contexto deste evento, esse meio de economia mostra-se um instrumento viável às produções independentes, possibilitando a realização de espetáculos, festivais ou mostras culturais que difundem o conteúdo produzido ao mesmo passo que geram renda que são revestidas no próprio prosseguimento de canais culturais, a exemplo da Casaloca.

4.3 Reflexo das inovações disruptivas nas produções culturais

Dentro da realização de “O Cráudio”, insta tecer algumas ponderações acerca daquilo que vem sendo chamado de inovações disruptivas, a fim de saber quais os reflexos dessa novidade nas produções culturais e as repercussões na Casaloca e também em “O Cráudio”.

Disrupção diz respeito à interrupção do curso normal de algum processo. Destarte, quando algo passa por uma disrupção, isso corresponde a dizer que o modo de fazer aquilo é totalmente mudado. Não se trata de uma evolução do modo anterior, mas sim do surgimento de um modo totalmente diferente do já existente.

As inovações disruptivas estão cada vez tomando mais espaço, a fim de agregar elementos e valores que tornem os produtos comercializados únicos e diferentes dos que já existem. Um claro exemplo disso foi a existência do Banco Nubank, que surgiu com a proposta de criar um banco totalmente virtual, reduzindo

tarifas cobranças feitas por bancos físicos e, dessa forma, atraindo uma parcela de usuários, especialmente aqueles que não tinham acesso a serviços bancários.

No meio cultural, as inovações disruptivas dizem respeito, principalmente, mas não unicamente, à forma de divulgação e comercialização daquilo que é produzido. Os serviços de *streaming* são um dos principais exemplos. Hoje em dia é possibilitado a qualquer artista divulgar o que produz por meios de *lives*, que funcionam como shows virtuais. Plataformas como Instagram, Facebook, Youtube são muito úteis a artistas da música que podem promover eventos de divulgação e comercialização de suas produções. Há ainda plataformas como a Twitch, Nimo TV e Booyah Live muito usadas por gamers. Recentemente também foi lançada a Loading TV, canal aberto com conteúdo geek e nerd, alcançando um público jovem que vem abandonando o hábito de assistir tv.

No âmbito das inovações disruptivas, Christensen (2006 *apud* BENCKE; ROYER, 2017, p. 4) infere que:

A inovação disruptiva (...) descreve um processo pelo qual um produto ou serviço inicia por aplicações simples, na “parte inferior” de um mercado e, progressivamente, se move para “acima do mercado”, deslocando ou eliminando concorrentes estabelecidos. Esse modelo de inovação permite acesso a produtos e serviços até então inacessíveis a uma parte da população com baixo poder financeiro aquisitivo. (Christensen, 2006 *apud* BENCKE; ROYER, 2017, p. 4).

De modo geral, as inovações disruptivas, buscam alcançar um público que embora seja grande, não tem acesso a determinados serviços ou produtos. Assim, partindo da parte mais baixa do mercado, ou seja, da região não dominada pelas grandes indústrias, conquista espaço até que se firme e domine parcela significativa do mercado. Exemplo disso é a Netflix. A empresa foi fundada em 1997 por Reed Hastings e Marc Randolph, trabalhando inicialmente com locação de DVDs e entrega pelos correios. Atualmente, representa um dos principais meios de consumo de filmes e séries por *streaming*.

As inovações disruptivas impuseram à indústria fonográfica a necessidade de criar novas estratégias de produção e circulação musical. Se por um lado a produção de massa apontada pela indústria cultural precisou se digitalizar, ou seja, acompanhar e se inserir nas plataformas de *streaming* advindas com a internet, a música independente, que sempre precisou criar estratégias para se manter neste

mercado desigual, se viu inserida num contexto de oportunidades de ampliação o seu alcance e circulação.

Apesar de trazer novas oportunidades, as inovações disruptivas, especialmente quanto às tecnologias de *streaming*, podem reproduzir situações de dificuldades aos pequenos produtores que se assemelham às já enfrentadas antes. Isso porque as produções de massa ainda são as que mais dispõem de espaço nas plataformas digitais. Desse modo, é imprescindível o fomento às pequenas produções, de forma a possibilitar que essas alcancem as grandes plataformas de divulgação. Não se trata apenas da produção de renda, mas da possibilidade de oferta material e conteúdo novo e diferente ao público que acabam por limitar suas preferências a pequenos grupos de produções dominantes no mercado.

Nesse viés em voga, é de se trazer à análise a relação entre o uso dos serviços de *streaming* e a rentabilidade das produções culturais. Mas não somente numa perspectiva econômica, eis que o diferencial dos pequenos produtores culturais para a indústria cultural reside justamente no fato de que aqueles não desenvolvem suas atividades unicamente para a promoção de renda, enquanto estes produzem com o fito de obter grandes vantagens econômicas. Assim, é de se pesar a vontade de promover cultura e ganhar dinheiro, mas mantendo as identidades que distinguem e tornam únicas e peculiares as produções que fogem da indústria cultural.

As produções independentes sempre foram marcadas por fugirem ao tradicional, por se distanciar da forma que é a regra ou que é dominante. O acesso e consumo de produções independentes, por vezes, acaba por se restringir a um público muito restrito, geralmente composto por um público mais alternativo. Aos demais, que correspondem ao público - que compõe a maior parcela consumidora do mercado - as produções em massa atingem mais facilmente, tomando maior visibilidade, ainda que qualitativamente sejam questionáveis. Com isso, é necessário que o público tenha acesso a mais conteúdo, possibilitando que esses conheçam produções que fogem aos padrões que possuem mais espaços nas mídias.

Em certa medida, os serviços de *streaming* e as redes sociais promoveram uma democratização da circulação e divulgação de conteúdo cultural. Em virtude dos milhões de acessos diários a esses canais, a divulgação e circulação de conteúdo

toma proporções muito maiores do que as vistas há pouco tempo quando essas atividades, que dão propulsão a uma produção cultural, eram limitadas à tv e ao rádio.

A Casaloca, como já inferido anteriormente, quando se propõe à realização de uma produção, pensa num conjunto de atividades. Quando, por exemplo, é contratada para produzir uma música, não se preocupa exclusivamente com a captação sonora, roupagem e ajustes de estúdio, mas também com a circulação e consumo da produção. Assim, além de gravar uma música, o artista faz um vídeo clip para circulação em plataformas como o Youtube, faz um ensaio fotográfico para circulação no Instagram, além interagirem com outras áreas artísticas e culturais, a fim de promover uma boa e ampla divulgação do conteúdo produzido.

O escambo cultural não é propriamente uma inovação disruptiva, pois já é realizado há muito tempo, mas é uma modalidade de economia criativa, pois na relação comercial a união do capital intelectual e do capital cultural, produzindo conteúdo consumível.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A arte e a cultura sempre andaram juntas, sempre estiveram atreladas uma à outra, de forma inseparável. Pensar a arte é pensar nos mais diversos aspectos culturais que permeiam uma comunidade e que integra uma legião de indivíduos que se conectam por atrações comuns.

Viver da cultura, entretanto, é um desafio pelo qual os mais diversos artistas passam e demanda a habilidade de adaptação às exigências e peculiaridades deste segmento, especialmente em virtude de o incentivo às produções culturais serem exponencialmente desproporcionais à quantidade de artistas existentes.

Os diversos entraves, que permeiam a vida profissional daqueles que buscam viver da cultura, exige a busca por meios alternativos de circulação e comercialização das produções desenvolvidas. Nesse contexto, a economia criativa, conceito que vem tomando força nos últimos anos, torna-se mais evidente, pois baliza, de um lado, a vontade de viver da arte e, do outro, meios que possibilitem viver da arte e da cultura.

A economia criativa abre margem para que pequenos artistas e produtores culturais fomentem suas atividades e as tornem demasiadamente capazes de gerar sua própria subsistência financeira. Além disso, apresenta-se como mecanismo que possibilita aos pequenos produtores ter algum tipo de competitividade frente aos artistas que integram a indústria cultural.

É estritamente nesse contexto em que está inserida a produtora Casaloca. A produtora, como já foi inferido ao longo deste projeto, reúne uma série de artistas e simpatizantes do material ali produzido, criando uma comunidade para consumir as produções desenvolvidas. Por não se tratar de uma produtora que integra a indústria cultural, ou seja, que promove a produção de material em massa, a Casaloca, desde sua origem, necessitou aderir a meios alternativos para suas atividades. Na verdade, isto está atrelado não somente às dificuldades enfrentadas pelos produtores independentes, mas condiz com um estilo de vida dos fundadores da Casa que não visam apenas os fins lucrativos, mas, principalmente, o fortalecimento da cena cultural maranhense, especialmente no que diz respeito à musicalidade.

Dentro das mais diversas formas de economia criativa, o modelo adotado para estudo desta monografia foi o escambo cultural, por este modelo econômico guardar muita relação com a forma de desenvolvimento de muitas das produções da Casaloca. O fito deste trabalho era apresentar um panorama de como a economia criativa é utilizada na produtora, especialmente quanto ao escambo cultural, conceito muito empregado nas produções desde sua origem, ainda que o termo fosse desconhecido pelos artistas.

Como verificou-se, ao longo desta escrita, o escambo cultural diz respeito a um modelo de trocas equivalentes, onde demandante e demandado fazem uma permutação de interesses. Esta é uma das formas de atuação da Casaloca. Não é a única, pois é necessário que seja produzido valor monetário para pagamentos de despesas daqueles que não estão inseridos no contexto da produção e fortalecimento da cena cultural.

Objetivando compreender como o escambo é realizado na prática, a investigação foi limitada ao espetáculo “O Cráudio”. O espetáculo denota bem a utilização da economia criativa, pois há a utilização do capital intelectual, a saber, a expertise para a realização de produção cultural (gravação de cd, vídeo clip, ensaio fotográfico etc.) e a geração valor econômico.

O escambo cultural em “O Cráudio” reside nas trocas realizadas pelos artistas que se apresentaram no evento e seus idealizadores e realizadores, no qual havia o uso da criatividade musical, além de outros segmentos artísticos, para a produção de renda destinada à realização de intervenções estruturais na Casaloca.

Em “O Cráudio”, o escambo cultural está tanto no âmbito material quanto no imaterial. O aspecto material diz respeito à produção de renda especificamente, ou seja, há, por exemplo, a venda de ingressos, e esta renda é destinada (ou mais precisamente trocada) à manutenção da produtora. No âmbito imaterial, a troca consiste na doação das apresentações do espetáculo à Casaloca e, como consequência, o fortalecimento da cena cultural local, especialmente pelo papel que a Casa representa para pequenos artistas locais que estão fora da indústria cultural.

Outrossim, como pontuado no capítulo final desta obra, merece destaque as inovações disruptivas e suas repercussões na cena cultural e na forma de fazer cultura. Sem dúvidas, os serviços de *streaming* são os principais canalizadores das

produções culturais mais diversas, representando, desta forma, um novo desafio àqueles que pretendem viver da arte e da cultura. Tendo em vista que nem todos os artistas, ou talvez a grande maioria, não possuem recursos suficientes para a manutenção e divulgação de seus conteúdos nos canais de *streaming*, a adoção de meios criativos de obtenção de renda é imperiosa.

As inovações disruptivas não são algo ruim, ou mesmo um entrave aos artistas independentes. Pelo contrário, elas funcionam como um novo mecanismo agregador e divulgador das produções. Em certa medida, democratiza o alcance às produções culturais. Ainda distante do ideal, mas põem os pequenos artistas em possibilidades mais próximas daqueles que integram a indústria cultural.

Calha concluir, por tudo exposto, que “O Cráudio” faz parte de uma dualidade que diz respeito à utilização de um novo modelo econômico que é a economia criativa, e de uma modalidade super tradicional entre os pequenos produtores culturais, que é o escambo cultural. Portanto, o “Cráudio” é uma estrita demonstração de aplicação do escambo cultural enquanto modalidade de economia criativa.

APÊNDICE A

Entrevista com Adnon Soares – Membro da Casaloca

Entrevista realizada em dezembro e 2019, através de áudio gravado para a disciplina Projeto de TCC.

Pergunta 1: Quando se iniciou os trabalhos na Casaloca?

- Cara, na prática a partir de 2005. Só pra gente chegar nesse ponto, eu já trabalhava com produção antes, só que não era aqui. Eu fazia freelance nos estúdios e tudo desde 2001. Em 2002 eu entrei na UFMA, então entrar na UFMA me fez conhecer as outras tribos de várias tribos que não conhecia, o que estava rolando na cidade, inclusive Negokapor, o Clã-nordestino, essa galera que estava fazendo som na época.

- Chegar na UFMA ali abriu a cabeça, conheci muita gente, comecei a produzir para os brothers para as bandas de brother de graça, assim, não foi profissionalmente, sacou?

- O meu trabalho de produtor vem antes da Casaloca, assim aí em 2001, minha mãe faleceu, a gente morava aqui (na Casaloca) e a casa ficou abandonada por quatro anos.

- No final de 2005 a gente voltou para casa. Eu e meus irmãos, a gente voltou para cá. A casa estava abandonada e, a partir daí, começou a rolar um movimento. Eu era de música, então galera da música começou a pintar por aqui e interagir.

- Meu outro irmão, Faylon, fazia teatro e fazia história, gostava de jogar RPG... já havia uma galera a mais, tá ligado?, pra jogar. E o outro irmão curtia outras ondas, assistia filmes aqui e meu outro irmão era daqui da Igreja aqui em frente, então tinha muita galera que tinha muito, muito carinho por nós, da Igreja.

- Então vinha muita gente da igreja para cá também, imagina essa galera toda? A gente conseguiu juntar todo mundo, essas várias tribos de som, a galera da igreja, com a galera mais cult, então a gente conseguiu nesse momento começar o que hoje a galera chama de Casaloca e a própria galera daqui vinha gravar que

batizou a casa como Casaloca, porque eles chegavam aqui, gravavam aqui nesse quartinho de fundo, e era uma loucura, gargalhadas.

- Nessa época quando comecei a gravar era metal extremo, eu ia no estúdio daí fazia aquela captação e vinha aqui para casa só para gravar a voz, que é mais fácil, aí gente gravava aqui no estúdio, era berro cara o dia todo de neguinho berrando no quarto, e um irmão aqui na sala, fazendo uma imersão de outra história, ali no terraço, um culto.

- Não dá para chamar outra, a Casaloca começou nisso, então isso foi o começo, foi de forma bem espontânea, Beto; bem espontâneo, não tinha essa pretensão, a galera que me procurava para produzir, não era uma coisa que eu vendia, foi uma coisa tipo eu sou um instrumento e galera me “usou”. Sempre foi assim, e foi boca a boca, a melhor coisa que teve. Nunca tive um cartão, um site, uma página, nunca tive isso como o trabalho de freelancer, esse trabalho que eu faço, entendeu?

- Então foi justamente por isso essa procura da galera por gravar, pra registrar essa arte, que naquela época ainda era um pouco difícil, hoje tem bastante. Tem uma galera que passou por aqui também que aprendeu aqui, que vive disso, mas o começo foi isso.

Pergunta 2:

Quais artistas passaram pela Casaloca? Sei que é difícil falar todos, mas quais seriam esses nomes, os principais que tenham também uma relevância na cena local e até nacional?

- A gente tinha uma cena já em evidencia na época, e algumas pessoas que hoje estão na cena, como o próprio Bavu. A gente já trabalhou, foi uma das primeiras bandas que eu produzi foi a banda de Bavu; todo mundo conhece a Basarone,

- Tem o Ronaldo Chão de Crude aqui, que era também do movimento. Nessa época o Marlon Silva, que já trabalhava com a Souvenir comigo; o próprio Memel, que a gente produziu a Megazine e foi a escola dele; hoje em dia ele faz um trabalho de produção musical.

- O próprio Rafaelzinho da Casaloca, o Bimbo que é o Sandoval cresceu aqui como irmão nosso, além da galera que vinha gravar. E tem vários, o primeiro que eu tive contato assim foi o Djalma, eu já era fã dele, Djalma Lúcio do Catarina Mina.

- O Paulão, o Tiago Máci, tem muita gente, tem as bandas de rock de São Luís que a galera conhece: Megazine da época, o Galo Azhul, antigamente era outra formação. Tanta gente, as bandas de reggae também, os rappers, Cena Roots, a Raja, Núbia, eu a conheci no Sebo no Chão.

- A gente começou junto e levava o som do estúdio pro Sebo no Chão, pra poder rolar. O primeiro Sebo foi sem som, a partir do segundo em diante começou a colaboração, gente chegando junto com o pessoal que era uma equipe que fazia o Sebo, o Diego, a Cibele, os meninos lá.

Pergunta 3:

Me diz uma coisa, como é que o sistema de sustentação da Casaloca? Casaloca Produtora, que produz os artistas, eu sei que tu moras aqui também.

- São várias fases. Já tivemos várias fases, eu tive uma fase bem comercial, eu gravava o que aparecia, eu estava no mercado de trabalho como produtor, trabalhei em rádio, trabalhei em vários estúdios e isso deu uma sustentação pessoal pra eu poder começar o estúdio, era de tudo, tudo, tudo já gravei forró, tudo no começo, pra começar campanha política, jingle, pra ter ali os primeiros maquinários e tudo, porra, pra começar precisa, então já teve várias fases.

- E teve uma temporada que comecei a trabalhar mais o meu trabalho artístico e isso me deu uma outra relação com a música, nisso a gente já começa a se reinventar, como produtor artístico não só um produtor de música mas um produtor de um conceito artístico de cada personagem, cada banda que é uma ideia, então a gente começou a trabalhar isso e isso acabou criando uma nova cena pra gente, assim, ter música pra mostrar isso gerou palco pra tocar, gerou a produção cultural, que a gente já vem lutando a um tempo fazendo evento de graça, as vezes tirando do bolso, carregando, fazendo todo aquele corre, pra poder fazer a parada ser sustentável, tanto no sentido físico, de poder dar uma estrutura pra casa, a gente fazia trabalho por trabalho, as vezes permuta de trabalho por faixa, por material, fazendo

evento e a galera colando junto pra fortalecer o evento, galera abrindo mão de seu cachê pra juntar grana da porta e colocar na casa.

- Então tudo isso rolou e atualmente a gente tá na fase de formar um selo, a gente chegou nesse processo em 2019, depois teve uns hiatos que eu passei um tempo trabalhando com a banda Souvenir e isso me fez parar de produzir e agora a gente tá voltando com esse objetivo, fazendo o que queremos apresentar, o que queremos lançar com um trabalho de um selo de um gravadora.

Pergunta 4:

Eu sei que a Casaloca ela meio que funciona como um abrigo não só de artes, mas para os próprios artistas, que se reúnem muito aqui. Quais são os nomes dessas pessoas que contribuem, tecnicamente e até com força do braço para o desenvolvimento da casa?

- Tem Paulão, que é um cara muito importante, nosso primeiro contato aqui, ele pegou aula de música comigo, de instrumento, de guitarra, de violão, então ele tá desde o começo e hoje em dia ele é o cara que faz os eventos, sacou? Hoje em dia ele tem som, ele é produtor cultural, promove os eventos para justamente manutenção da casa, então o Paulão é um deles, tem uma galera do Telúricos, a banda não existe mais mas eles sempre colam, o Alan, o Giovani, o Danilo Palavra também tão sempre aqui também tentando fazer alguma coisa pra gente, escrevendo projeto, na verdade tem um coletivo, tem a Dani Filgueiras que é fotografo, ela faz esse trabalho de cobertura de tirar foto de fazer vídeo da galera.

- Tem o Fernando Spotti que é um cara que também se reinventou aqui na Casaloca, veio fazer uns sons e ficou de casa, virou irmão e hoje ele faz os corres, tá na função e também contribui com sua expertise de redator, ele faz texto e tá sempre gerando conteúdo pra gente, tipo assim conseguindo fazer com que os artistas, não só com a Casaloca que é uma banda mas também juntando a galera que trabalha, que tá gravando seu som hoje então a gente tá tentando juntar essa própria galera pra se trabalhar, então é uma formula de salvação pra todo mundo, um salvando o outro.

Pergunta 5:

Eu dei uma olhada na programação do festival BR135, que é o que tem de maior de produção cultural em São Luís, só em uma edição, do ano de 2019, o festival tinha 15 atrações locais, das 15, 13 são artistas que passaram pela Casaloca, é coisa para caralho... envolvendo a Casaloca, o que tu achas disso? Dessa presença marcante no festival que é um dos maiores do Brasil?

- Cara, é assim como eu te falei, mostrar trabalho, eu sempre fui atrás de ter muito trabalho, é árduo mostrar sua própria música, mas precisa disso, trabalhando nela diariamente, sacou?

- Então assim, a gente desde que começou trabalhar essa parte artística nunca paramos, se eu não estou trabalhando meus projetos pessoais eu tô sempre dentro de algum outro trabalho, atualmente eu tô trabalhando com Guto que é um cara do rap que tá surgindo agora, primeiro ano dele, tô fazendo o Criola Beat que é um projeto coletivo, então é isso, a gente não para (nesse momento um morador da casa interrompe pedindo permissão pra usar o banheiro particular de Adnon, ele diz que sim mas que seu filho tá dormindo e pra ir com calma).

Pergunta 6:

Hoje em dia o que determina o que a casa grava ou não grava?

- É como eu te falei, eu estou estabelecendo um lebow, então pra estabelecer um não adianta só gravar, a gente vai gravar mas tem que montar o pacote, tem que ter um live, tem que ter um ensaio fotográfico, tem que ter um podcast, o artista falando, hoje em dia a gente tá bolando ideias pra poder fazer lançamentos e é isso, hoje em dia o artista é muito mais parceiro nosso do que cliente, saca?

- A gente faz uma parceria com o artista, a gente pode facilitar, fazer um preço mais barato, não o preço do mercado, mas hoje em dia quando vem gravar comigo a gente tem isso, tem que passar por um crivo, tem que ver se isso que o cara tá trazendo, e vê se a gente se identifica, isso rola claro, e também a questão do momento oportuno, o que eu tá rolando hoje, a gente tá em 2019, 2020 então é questão disso também, aquilo que é conveniente e tem a ver com aquilo que a gente tá fazendo, parcerias, a gente tá hoje mais fazendo parceiro e tentando trabalhar de

uma forma mais ampla pelo menos criar um pacote além das músicas porque não adianta só a música, porque como eu falei, é gente trabalhando num ensaio fotográfico, gente trabalhando no áudio visual, pra bolar ideia pra fazer né, com o áudio o visual além de clipes, não adianta só o clipe, tem que ter o artista tocando na vera, tem que fazer um live, um podcast que é pra o cara falar.

Pergunta 7:

Não sei agora, mas um tempo atrás muita gente, muita gente não, algumas pessoas que eu conheço moravam de fato aqui, como tá agora?

- Sempre tem alguém morando, quem tá morando aqui agora é o Marcelo e o Breno, o Breno é do Vórtice, vocal, e o Marcelo já teve altos projetos só que a agora a gente tá fazendo o Criola Beat é até bom, porque a galera tá em casa e a gente produz pra caralho, já temos dois álbum prontos, a gente tá só planejando como é que lança.

Pergunta 8:

De vez em quando rolava uns eventos, qual é a intenção principal desses eventos? Ainda rola?

- Cara, eles surgiram bem na espontaneidade, a galera querendo interagir mesmo, ensaio aberto, só que certo tempo resolveram divulgar, a gente conseguiu fazer 3 eventos e teve uma superlotação, transtorno aqui com os vizinhos, com a igreja, som alto, aquelas coisas e por isso a gente resolveu fazer fora, até a casa ter uma estrutura, tanto acústica quanto, física pra poder suportar um evento, e é essa a ideia da casa atualmente, até curto prazo isso não vai demorar muito de acontecer que é a gente ter aqui um espaço pra exposição, pra pocket shows, pra audição, sacou?! pra interação da galera.

Pergunta 9:

Só pra finalizar, tu até já falou um pouco disso, mas eu queria focar só mais um pouco nisso, tu disse que já recebeu outras coisas que não são necessariamente dinheiro pra realizar produções, o que tu poderia citar de itens, tipo força de trabalho, microfone, enfim...? Eu particularmente trava fazendo um trampo aqui contigo e a casa tava precisando de madeira e aí eu consegui a madeira, o que mais tu poderias citar?

- Tudo, desde a madeira até microfone, computador, troquei um computador, as vezes o cara vem aqui fazer uma mesa pra mim e também vem muita gente aqui só pra ajudar e sem receber nada em troca.

- De tudo, já troquei um jingle por um Mac por exemplo, já fiz esse tipo de negócio um jingle político por um Mac, valeu tudo, principalmente a troca de afeto e os manos e minas que construíram isso aqui junto comigo.

APÊNDICE B

Entrevista com Paulão, membro da Casaloca

Entrevista realizada em março de 2021 através de conversa de pela plataforma WhatsApp.

- Identificação: Paulo César Corrêa Linhares (Paulão);
- Idade: 29 anos;
- Profissão: advogado, músico;
- Gênero: masculino;
- Raça/etnia: negro;
- Endereço: Rua 11, Casa 12, Cohatrac III – São Luís, Ma.

Pergunta 1:

Como você conheceu a produtora Casaloca?

- Conheci a Casaloca antes de ela ser formalmente uma produtora nos idos de 2006. A casa à época era a residência da família de Adnon Soares, onde ele ministrava aulas de violão e guitarra e também iniciava como produtor musical. Nessa época, conheci o Adnon, que foi meu primeiro professor de violão.

Pergunta 2:

Quem são os frequentadores da Casaloca, segundo sua opinião?

- Na Casaloca há alguns tipos de frequentadores. Em maioria, os frequentadores são músicos do bairro do Cohatrac, que vão ao lugar para dividir experiências e realizar atividades musicais (ensaios, gravações, composição). No entanto, com o passar dos anos e o crescimento da divulgação do trabalho de Adnon como produtor, vários músicos de outros bairros passaram também a frequentar a casa, tanto como alguns moradores do bairro.

- Além dos músicos, há uma parcela de frequentadores que são admiradores dos trabalhos musicais ali realizados no estúdio, amigos que acabam se envolvendo nas atividades de produção e também na vivência cultural.

Pergunta 3:

Qual a importância da Casaloca para a cena artística/cultural de São Luís?

- A importância da casaloca vai muito além de um mero estúdio de produção musical, como o ambiente da casa também propicia uma vivência colaborativa entre vários músicos e apoiadores da cena autoral de São Luís, o amadurecimento dos agentes e da cena perpassa pela troca de experiências que são otimizadas com a existência desse espaço aberto a encontros.

- Assim, a casaloca além de transformar as ideias musicais em trabalhos prontos a serem divulgados, realizando gravação, mixagem e masterização de faixas, também acaba sendo uma incubadora das próprias ideias, estéticas e modos de fazer da cena local.

- Hoje, é impossível falar da cena autoral de São Luís sem mencionar a casa.

Pergunta 4:

De que forma você colabora ou já colaborou com a produtora Casaloca?

- Apesar de já ser amigo de Adnon desde as aulas de violão em 2006, com a gravação do meu primeiro disco solo, do qual o Adnon foi produtor, minha relação com a Casaloca se intensificou.

- Nesse sentido, percebendo as várias necessidades físicas da casa, propus ao Adnon que em vez de realizar o pagamento da produção e gravação do disco em dinheiro, realizasse a compra de materiais para melhoria da estrutura física da casa.

- Depois disso, o envolvimento afetivo me tornou colaborador ativo na casa, contribuindo desde com o empréstimo e compra de equipamentos para o estúdio, até nas atividades rotineiras da casa, como limpeza e organização.

- Em 2017, período em que a casa ficou desocupada e sem atividades, assumi em conjunto com outros amigos a responsabilidade por zelar pela casa, impedindo que o abandono gerasse sua deterioração.

- Foi nesse momento que surgiram as iniciativas do Cráudio.

Pergunta 5:

Você tomou conhecimento do evento O Cráudio? Como se deu sua participação?

- Sim, sou um dos idealizadores e organizadores do evento O Cráudio. À época, com a ida de Adnon e outros músicos do bairro para Jericoacoara, a casa ficou sem moradores e sem quaisquer atividades. No período chuvoso e com problemas estruturais, a casa sofria alguns riscos.

- Assim, idealizamos o evento com a finalidade de angariar fundos para a realização de reformas estruturais na Casaloca, mesmo sem a presença de Adnon em São Luís.

- Funcionava assim: entrávamos em contato com músicos e artistas da cena, muitos deles que já mantinham relação com a casa, para que cedessem os cachês que iriam receber a partir da bilheteria do evento para a reforma.

- Em algumas ocasiões, além de gerenciar a logística (contato com os artistas, divulgação, estrutura de palco, relação com as casas de show) também participei do Cráudio como músico, tocando com a banda Pedeginja e também com o meu trabalho solo. No total, foram 07 edições realizadas entre maio de 2017 e fevereiro de 2018.

Pergunta 6:

Qual sua visão do evento? Foi bem-sucedido?

- Embora o evento não tenha arrecadado todo o valor necessário para a realização da obra, acredito que ele foi importante para manter a cena minimamente mobilizada num período em que vários de seus agentes estavam fora de São Luís.

- À época, estava tão envolvido com a casa que acabei assumindo os valores necessários para terminar a obra em mais uma permuta com Adnon: o meu disco Special Power (2019) foi mixado e coproduzido por Adnon como forma de pagamento pelos valores despendidos na reforma da CasaLoca.

- Além disso, a própria mobilização surgida em torno dos eventos fez com que as discussões a respeito da importância da casa e de seus planos para o futuro tomassem corpo. Se o Cráudio não tivesse acontecido àquela época, é possível que a Casaloca tivesse ruído.

Pergunta 7:

Qual papel social da Casalocapara você?

- Acho que a Casaloca é um centro de produção de cultura imaterial da cidade de São Luís. Tenho certeza de que várias obras que são ali idealizadas e produzidas serão marcos da música brasileira. Além disso, como a casa possui um ideal colaborativo, gerando laços de solidariedade em seus membros, há uma nítida formação de caráter e forja de subjetividades. Uma vez no convívio com a CasaLoca, os músicos passam a orientar sua visão sobre a própria arte e a sociedade de maneira coletiva.

Pergunta 8:

Como esse papel social acontece para você?

- Como já relatado, contribuo de diversas formas com a Casaloca. Além de ter gravado dois álbuns na casa, também partilho experiências e aprendi muito como músico e cidadão ao longo dos anos de convívio na casa.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W. A indústria cultural. Trad. de Amélia Cohn. In: COHN, Gabriel (org.) Comunicação e indústria cultural. 5. ed. São Paulo : T.A. Queiroz, 1987. p. 287-295.

ALEIXO, Joana Tomé de Almeida. **O mecenato cultural como estratégia de marketing empresarial**: os casos banco Espírito Santo, Banco Português de Investimentos e Caixa Geral de Depósitos. Lisboa, Portugal: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2013. p. 19.

SOUSA E SILVA, Liliana. **Sustentabilidade na cultura**: da diversidade cultural à sustentação financeira. Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011. Disponível em: <http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/II_Seminario_Internacional/FCRB_Liliana_Sousa_e_Silva_Sustentabilidade_na_cultura.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2021.

BARBOSA DA SILVA, Frederico Augusto. **Financiamento Cultural no Brasil Contemporâneo**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2017. p. 20.

CONDE, Daniel Ribeiro; MAFRA, Flávia Luciana Naves; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. Escambo. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social (RIGS)**, v. 3, n. 1, p. 13, jan/abr, 2014, ISSN: 2317-2428.

COSTA, Greice Emanuela Morati da; LISBOA FILHO, Flavia Ferreira. **Planejamento na gestão cultura**: desafios a um modelo eficiente. O QI: Revista Experimental do Curso de Comunicação Social Produção Editorial, Universidade de Santa Maria, v. 6, n. 6, p. 53, 2017, ISSN2316-5588. Disponível em: <https://issuu.com/revistaoqi/docs/revista_oqi_2017_c616c2f84be7ae>. Acesso em: 20 fev. 2021.

FARIA, Hamilton. **Cultura e sustentabilidade**: sem uma noção cultural, o desenvolvimento se descola da vida cotidiana das pessoas. **Akatu**, 2011. Disponível em: <<https://akatu.org.br/cultura-e-sustentabilidade/>>. Acesso em 21 abr. 2021.

HERÁCLITO, 540 a.C.- 470 a.C. in **Educação do campo, valorização da cultura e construção da identidade do homem do campo**: análise curricular em duas escolas públicas rurais de Araguari-MG. ALVES, Maria Luiza de Borba. Uberlândia: Universidade de Uberaba, 2018, p. 18.

KLAMER, Arjo. In Economia criativa, cultura e políticas públicas. Org. Leandro Valiati e Gustavo Moller. – Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

LAMARCA, É. **Depoimento**: cabanagem digital, tecnobrega e *software* livre. In: PRETTO, NL., and SILVEIRA, SA., orgs. **Além das redes de colaboração**: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. [online]. Salvador: EDUFBA, 2008. pp. 189-194. ISBN 978-85-2320-889-9. Available from SciELO Books. Disponível em: <<http://books.scielo.org>>. Acesso em: 12 maio 2021.

MADEIRA, Marina Gonçalves. **Economia Criativa**: implicações e desafios para a política externa brasileira. 2014. Disponível em: <http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2021.

MELO, Carolyne Dornelles. **Produção cultural brasileira**: dificuldades e resistência. **A verdade**. 2016. Disponível em: <<https://averdade.org.br/2016/10/producao-cultural-brasileira-dificuldade-e-resistencia/>>. Acesso em: 20 de abril de 2021.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. In Economia criativa, cultura e políticas públicas. Org. Leandro Valiati e Gustavo Moller. – Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

SEBRAE. Conheça 03 projetos de economia criativa para se inspirar. **Sebrae**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/conheca-03-projetos-de-economia-criativa-para-se-inspirar,510cb3720af4f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 21 abr. 2021.

SILVA, Francisco de Assis. **Do escambo ao dinheiro**: Marx e a divindade invisível. In: Marx, Karl. O capital: crítica da economia política. (Tradução: Reginaldo Sant'Anna). 21ª ed., RJ: Civilização Brasileira, 2003, livro I, vol. 1., p. 17.

SOBREIRA, Sérgio. Marketing Cultural. Bahia Criativa. Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT/BA), 2014. p. 5.