

“O produtor cultural hoje precisa pensar na sustentabilidade caminhando junto com o evento. Fazer com responsabilidade: o que fazer com o lixo, como contratar pessoas e gerar renda local.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 09 de junho de 2010, em São Paulo.

Desde 1987, Flora dirige a Gege Produções Artísticas, empresa do marido, cantor e compositor Gilberto Gil. A Gege é uma produtora, uma gravadora e também uma editora que detém os direitos autorais das composições do ex-ministro. A empresa produz shows de Gil e de outros músicos. Flora se formou em produção cultural, em suas próprias palavras, pela “universidade da vida”, em um tempo em que sequer havia curso formal na área. Começou cuidando do direito autoral de Gil e passou a organizar quase tudo no cotidiano de sua carreira.

Mesmo diante da crise no mercado de discos, Flora diz que não precisa fazer concessões para garantir os trabalhos do marido. “Ninguém opina, nem eu nem ninguém, na obra que ele faz”. Mas ela sabe que essa não é a regra geral. “Todo mundo quer opinar: o produtor, o presidente da gravadora, o diretor de marketing, o diretor artístico; mas lá em casa, não.” Flora lembra que Gil se impregnou do espírito da cultura digital desde a composição de *Pela Internet*. Como produtora, ela ressalta que gosta de poder procurar novos modelos de financiamento para poder oferecer gratuitamente a obra. Para ela, uma empresa pode pagar aquela música, por exemplo.

Entre as principais realizações da Gege estão a organização e produção de diversas turnês nacionais e internacionais de Gilberto Gil, a co-produção dos filmes *Tempo Rei* (1996), *Pierre Verger – Mensageiros entre dois mundos* (1999), *Filhos de Gandhi* (2000), *Viva São João* (2002), *Kaya* (2002) e o longa metragem de ficção *Eu, Tu, Eles* (2000), dirigido por Andrucha Waddington, em parceria com a Conspiração Filmes. Desde 1999, a Gege produz e organiza o Camarote Expresso 2222 no carnaval baiano. Flora também atua desde 1996 na criação de sites para artistas como Gil, Caetano Veloso, Adriana Calcanhotto, Titãs, Jorge Mautner, Jorge Ben Jor, Ary Barroso, Cazuza, Vinícius de Moraes, entre outros. Casada no civil com Gilberto Gil desde 1988, teve com ele os filhos Bem, Isabela e José.

Como você começou a trabalhar com produção cultural?

No início dos anos 80, quando o Daniel Rodrigues era o empresário do Gil, comecei a trabalhar no escritório de produção no Rio com a parte de direito autoral. Primeiro, só tomava conta da edição de direito autoral, que é o que eu gosto de fazer verdadeiramente. As composições de Gil estavam espalhadas pelas editoras do Brasil. Antigamente, você assinava contrato de cessão de direito autoral pelas edições. Havia muitas músicas espalhadas, mas principalmente na editora do Guilherme Araújo – o antigo empresário dele que tomou conta também de Caetano, Gal e Bethânia. Era comum assinar contratos de

edição com os empresários também, fora as multinacionais e as gravadoras. Vi que o Daniel Rodrigues tinha acabado de abrir uma editora - a Gege Edições. Eu falei: “Poxa, Daniel, em vez de a gente só editar as músicas do Gil de agora, vamos tentar recolher músicas que o Gil possui espalhadas por aí”. Foi uma luta na justiça de uns seis ou sete anos talvez, mas conseguimos as obras de volta por meio do “direito de reexibição” – que é o direito de não querer mais, você pode ter cedido a obra para alguém, mas pode ter o direito de não querer mais. As obras todas do Gil hoje estão dentro da Gege Edições, que fica dentro da Gege Produções, o escritório de produção cultural. Aliás, a empresa Gege é gravadora, editora e produtora dos shows. No começo da carreira, Gil ficou por alguns anos na gravadora Polygram, que hoje é a Universal. Em seguida, foi para a Warner, na qual permaneceu até três anos atrás. E aí a gente também quis ser gravadora. Hoje, a gravadora existe e se chama Geléia Geral. O disco do Jorge Mautner, que também edita na Gege Edições, saiu pelo selo Geléia Geral e é distribuído pela Warner. Temos uma parceria. Para não ficar complicado para quem não é desse meio, explico melhor: o disco precisa ser produzido e distribuído. Antigamente, quando se vendia muito disco – os artistas vendiam um, dois milhões de cópias – era a gravadora que produzia o vinil ou o CD, distribuía para as lojas e editava as músicas. A editora era um pequeno departamento das grandes gravadoras. Hoje em dia isso se inverteu: são editoras grandes com um departamento que é a gravadora, porque o disco não vende mais como antes, pela pirataria, pelo alto custo. O consumidor não quer pagar R\$ 40 em um CD. Você vai ao centro da cidade no Rio, a São Paulo ou a Salvador, você compra disco a R\$ 5. A internet também veio com uma força muito grande para facilitar o acesso a determinado disco na sua casa. São milhares de razões para não ter mais tanto disco. Mas, como eu estava falando, as gravadoras gravavam um disco e distribuía para as lojas. Alguns artistas da nova geração – acho que a partir de Marisa Monte, Carlinhos Brown, Arnaldo Antunes – começaram a ser donos do fonograma, ou seja, o disco é deles. A propriedade é do artista, o disco sai pelo selo dele e aí só a distribuição é feita pela gravadora. Então, hoje a gravadora faz um papel maior de distribuir o CD ou o DVD para as lojas. As gravadoras hoje distribuem e editam algumas coisas. O Gil, por exemplo, possui gravadora, produtora de shows e a editora, tudo no mesmo escritório. A gravadora multinacional entra é na distribuição física do CD.

Em 1987, você assumiu a produção artística dos shows. Como foi essa mudança?

Eu fui morar em Salvador. O Gil, na época, tinha entrado para a política, era vereador por Salvador. Abri um escritório de produção lá e comecei a fazer shows. Mas não só shows do Gil, também de Caetano, Gal, Titãs, Paralamas do Sucesso, principalmente na Concha Acústica, no Teatro Castro Alves. A gente produzia os shows.

São mundos diferentes, o do direito autoral e o da produção de shows?

O direito autoral é um trabalho muito mais de formiguinha, de buscar, de ter uma relação com as editoras, com a associação das editoras musicais, como a Associação Brasileira dos Editores de Música (Abem). É um trabalho de recolher o mundo. É um trabalho que você vai recebendo o resultado em longo prazo. A produção não, ela é mais ativa. Para fazer um show, você precisa do artista, do local, da comunicação e do dinheiro.

Desde os primeiros shows, o que você foi aprendendo? Quais são as regras para produzir?

Eu sou geminiana, gosto de comunicação, adoro divulgar. Quando a gente fecha um show, eu penso: “Como vai ser a mídia?”. O que eu mais me preocupo é com a mídia. Salvador é uma praça atípica. Lá, a comunicação até hoje é via outdoor. Salvador usa pouco a televisão e o rádio. A pessoa que quer saber o que está acontecendo na cidade gosta de andar e de ver as placas. Há mais de 20 anos é a mesma coisa. Mas, claro, o tipo de comunicação depende dos projetos. A produção de shows é assim: você precisa ter o artista e o dinheiro para pagar o cachê. No meu caso, ser casada com um artista é um pouquinho diferente, pois estou nos dois lados: produzo e também sou produzida por alguém. Acabo vendo o outro lado das produções. Quando ligam para o escritório para comprar os shows do Gil, é como se eu tivesse ligando para comprar o show. Então, às vezes aprendo com os produtores que ligam para comprar o show do Gil. Voltando à história da produção e da divulgação, quando chegou ao Rio o mobiliário urbano, eu fiquei encantada. Aqui em São Paulo não sei se existe, mas no Rio, hoje em dia, o mobiliário urbano é a maneira mais rápida de você divulgar um evento.

Como é isso?

O mobiliário urbano é um *clear channel* que fica nos pontos de ônibus rotativos, aquelas placas rotativas. Existe muito na França, mas lá é redondo. Em

São Paulo talvez não tenha por causa da Lei Cidade Limpa [*Decreto nº 47.950, de 5 de dezembro de 2006, que busca eliminar a poluição visual em São Paulo*]. São Paulo é a praça mais cara para comunicação, porque aqui é preciso usar jornal e televisão, que são os meios mais caros. Anunciar nos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* é caro. De qualquer forma, a comunicação precisa responder a um projeto. No caso da produção de um show, vale lembrar que antigamente não havia lei de incentivo, era recurso próprio ou era patrocínio local. Era muito mais doméstico. Havia pequenos patrocínios: a companhia aérea que te dava um desconto; o hotel, porque o artista ficava hospedado lá. Às vezes até o patrocínio de um restaurante, a partir de uma permuta: os artistas comiam no restaurante, então a gente não precisava dar a diária de alimentação. Isso há 25 anos. Depois é que veio essa história toda do patrocínio e das leis de incentivo. Tudo ficou mais caro e a produção ficou mais caprichada. Já que existe o patrocínio, você pode fazer uma entrega de comunicação bacana, além de uma boa qualidade de som e de luz. Você pode até captar aquele evento que você está fazendo para registro e transformar em um DVD para comercializar depois.

Pensando em shows de Salvador, qual a diferença de produzir espetáculos em lugares físicos e shows em trios elétricos, como o caso do Expresso 2222?

O Expresso sempre foi de graça. Não dependo de bilheteria. É uma delícia não depender de bilheteria, porque não há tensão. Lá em Salvador existe um lugar onde produzi muitos shows, a Concha Acústica, lá cabem seis mil pessoas. Um lugar lindo, *open air*, os artistas que vão à Bahia normalmente fazem shows ali, é um anexo do Teatro Castro Alves. Ali eu dependia de bilheteria. No trio elétrico, eu sou obrigada a ter patrocinador, porque não tenho um real de volta, não vendo. É mais complicado, mas é gostoso. É muito mais gostoso você fazer um projeto sem pensar em cobrar, sem depender de bilheteria.

Como é a parte de camarim no trio elétrico? Como é montado?

Eu construí um trio, então eu comprei um cavalinho Volvo, a cabine com o motor onde dirige. A carroceria toda a gente fez em Salvador, lá existem fábricas de trios elétricos. A gente fez o trio lá, com o camarim como se fosse um camarim de qualquer lugar, de qualquer teatro. Camarim, ar refrigerado, frigobar, espelho, cama, tudo.

Às vezes um show dá errado e culpam a produção executiva pelo fracasso. Você vivenciou muitas histórias assim?

Fiz há pouco um evento para 300 mil pessoas no Rio, o São João Carioca. De

graça, que é o que eu mais gosto de fazer. Deu muito certo. Fiz uma parceria com a TV Globo. Mas poderia ter dado muito errado se chovesse, por exemplo. No Rio, ninguém iria com chuva. O show foi das 14h à meia-noite, uma megafesta junina. Eram Gil, Zeca Pagodinho, Gal, Alcione, Mart'nália, Preta, Vanessa da Mata. Dia ensolarado, com quadrilha, festa junina, pamonha, pipoca – tudo dando certo. Se chovesse, daria tudo errado. Eu só cobri o palco, deixei tudo pronto para uma chuva, para proteger o equipamento. Outra coisa que pode dar errado é a comunicação. Você precisa ter um dinheiro grande para fazer a comunicação de um projeto. Não há como não comunicar, e isso é caro, é preciso ter orçamento. Por isso que é bom ter patrocínio. É fácil conseguir? Não, é difícil! Então, no que a gente pode melhorar? Lei de incentivo: federal, estadual ou municipal, depende da empresa. Um projeto caro eu aprovo nas três leis para poder ter um leque de opção para a empresa decidir. Se a empresa se interessar, se o projeto for sedutor e seduzir aquela empresa, eu tenho que ter a outra sedução pela facilidade das leis de incentivo.

Como você lida com celebridades que querem entrar no show, como é a relação com os “vips”?

É tranquilo, são todos bem vindos. Há dois anos que a gente não faz mais o trio elétrico, mas nos dez anos que a gente fez, o Gil convidava os amigos para tocarem com ele. Alguns iam para o camarote e diziam: “Ah, eu quero dar uma canja!”. E, então, subiam no trio e cantavam. Gil sempre gostou muito de festa. Falava assim: “Chama o Lulu, o Jorge, o Caetano”. O Bono a gente levou para a Bahia, ele jantou em casa, depois foi para o camarote, cantou na varanda. Existe isso. Acho engraçado esse termo “vips”. Muitos pedem: “Quero ir e levar minha família, meus amigos, minha mulher”. Quando você tem boa vontade e bom senso, dá para atender a todo mundo, desde que não extrapole, que ninguém abuse. Só não gosto muito do abuso. E existe gente que é abusada, que pede mais do que deveria. Se você vai pedir convites para assistir a um show, é indelicado você falar: “Quero oito”. Você deve falar que quer ir com mais uma ou duas pessoas. A minha família é enorme, mas eu não peço dez convites para ir a um show. Peço três e compro alguns. Mas algumas pessoas não pensam assim. Se um amigo seu é dono de uma padaria, você não chega lá e ganha pão, leite, manteiga. Você compra, seu amigo da padaria sobrevive daquilo. Show é a mesma coisa, a pessoa está ali pela bilheteria, não pode abrir a bilheteria para dar para todos.

Como é produzir audiovisual, cinema?

Fiz muito pouco, só algumas produções com a Conspiração Filmes, com o

Andrucha Waddington e com o Lula Buarque. Fizemos o *Eu, Tu, Eles*, aquele filme com a Regina Casé, que o Andrucha dirigiu há dez anos – a Gege foi co-produtora do filme. Em audiovisual, fiz mais DVDs. A gente fez um DVD na França, do Gil e seus convidados. Os DVDs da carreira do Gil a gente fez em parceria com a Conspiração e com a Warner – a Gege também faz a co-produção, mas o que eu gosto mesmo é de produzir show, mais do que audiovisual.

Por que produzir em outros países, no Japão, na Europa, nos Estados Unidos?

Existem os produtores em cada cidade, em cada região. Na Europa, a gente tem um produtor local que toma conta da Itália, outro da Alemanha e da Áustria, outro da França. O Gil participa de festivais na Europa há muitos anos, então eles já estão acostumados. No verão, quando esses artistas fazem shows, normalmente a produção dos festivais já está pronta. São festivais que abrigam de três a cinco artistas por noite, então você usa aquela estrutura de palco que já está montada, de uma comunicação que já está feita. São conhecidos como festivais de verão na Europa. Aquela produção não é da Gege, é uma produção europeia, daquele produtor local. Nós entramos com nosso equipamento, com nossa equipe – de som, de luz – e nossa produção se resume muito ao interno, ao Gil, não é uma produção para quem está comprando o ingresso, a gente não cuida da bilheteria. Um contratante compra o show e a gente entrega para ele.

Como você contata os seus produtores? Como achar gente especializada em produção?

Na área de música as pessoas se conhecem. E são fiéis a cada artista. O meu escritório, a minha equipe está ali, não tem rotatividade. Alguns estão há 20 anos, entram e ficam. Mas no mercado, é sair falando: “Oi, sou eu, aqui do escritório do Gil”.

A gente entrevistou a assessora de imprensa Gilda Mattoso e ela falou sobre a vida pessoal dos artistas e a relação com a imprensa. No seu caso, que é esposa do Gil, existe momento profissional e pessoal? Como lidar com isso?

Eu lido bem tendo o Gil como marido e sendo produtora dele, porque eu comecei assim. Talvez eu não soubesse lidar de outro jeito. Não tem: “Ah, atrapalha, mistura”. Não tenho muito problema com isso. Às vezes acordo, pergunto coisas ao Gil, ele fala se prefere assim ou assado. Continua um pouco escritório-casa, casa-escritório, mas não me incomoda.

Como é essa relação com novos artistas que você vai produzir? Você gosta do produto e decide produzir o artista, o show dele?

É mais ou menos isso. A gente teve com a Preta, a filha do Gil, um começo difícil, porque ninguém a conhecia. E foi indo, um trabalho de formiguinha. A sorte também conta. Hoje a Preta está aí fazendo sucesso. A música precisa tocar na rádio para fazer sucesso, não adianta cantar super bem, ser bonita, ter um cabelo incrível, uma voz linda, um corpo lindo, tudo lindo, se a música não toca na rádio. Não acontece. Se a música tocar em uma novela, acontece. Às vezes, as pessoas conhecem a música que está tocando na novela das 8h, mas não sabem nem quem canta. Precisa cair na graça popular também.

Na época que o Gil era ministro, era difícil trabalhar com a Gege?

Foi mais difícil, porque eu não podia pegar patrocínio e trabalhar com empresas na Lei Rouanet. Gil era ministro, então eu não podia fazer nenhum projeto que tivesse incentivo fiscal – nem Rouanet ou qualquer outra. Com o Gil e com qualquer outro artista, qualquer projeto meu não poderia ter incentivo. Mas eu poderia fazer com recurso próprio, chegar em um banco e pedir dinheiro para fazer um projeto. Com o Gil eu não fiz, fiz com outras pessoas. O Toni Garrido começou a comandar o Expresso, então eu comecei a ter patrocínio, mas o Gil não era o artista principal. O Toni foi o suplente do Gil, depois da Daniela Mercury. Ela começou a carregar o trio elétrico sem Rouanet, com recurso próprio. A Daniela substituiu o Gil quando ele se tornou ministro. Logo em seguida foi o Toni Garrido.

O que vocêalaria para quem quer trabalhar com cultura, com produção cultural no Brasil?

A diversão com responsabilidade é o que mais seduz o artista, o público e o patrocinador. O que é diversão com responsabilidade? Antigamente você fazia um evento grande que, quando terminava, virava um mar de lixo. Hoje em dia, se você anuncia que vai fazer um evento, aquilo ali precisa ser reciclado, colocar as lixeirinhas separadas, como eu fiz agora no São João e no carnaval. Construí um camarote inteiro de Tetra Pak. O conselho que eu dou para um produtor hoje é pensar na sustentabilidade caminhando junto com o evento. Fazer com responsabilidade: o lixo, a contratação de pessoas, a geração de renda local. Não precisa trazer gente de fora para trabalhar. Se você vai fazer brindes, faz em São Paulo, onde é mais barato, economiza papel, economiza correio. Você pode gerar renda local exatamente na cidade do evento. Você

educa, fala de coisas que as pessoas muitas vezes não sabem. Fiz um carnaval agora, em que todos os copos viraram adubo. Eu não joguei fora copo plástico, os copos eram feitos de fécula de mandioca. Cem dias depois, viraram adubo. Aquilo volta para a terra, e isso dá uma sedução para o patrocinador. É uma beleza incrível produzir um evento no qual a sustentabilidade está presente. Se eu fosse começar hoje, só faria evento sustentável. Usaria material que pudesse reciclar, faria reciclagem do lixo, medição de carbono, daria prato de fécula de mandioca e fécula de milho, tudo que eu fiz no carnaval da Bahia agora, e que foi incrível. É um pouquinho mais caro, mas é incrível trabalhar assim.

Como um produtor fala “não”?

É fácil: não! Alguém pergunta: “Posso não sei o quê?”. A resposta: “Não”.

Isso gera algum constrangimento?

Gera. Mas dois dias depois a pessoa vai entender. Na hora gera, mas também não posso ficar muito preocupada com o não que eu dou. Eu sou meio chata. Você pode ou não pode, dá ou não dá, é como você fala com criança, mas de outra maneira, é claro. Com os meus filhos eu dizia “não”, com os adultos eu também digo: “Não, não dá”. Há pedidos absurdos: “Posso ir para o carnaval?”. Pode. “Posso levar dez?” Não, não pode. Tenho que atender a tanta gente. Se eu tenho um lugar que cabem mil pessoas, três mil pessoas pedem. Duas mil pessoas levam “não”. Fazer o quê?

E com fornecedores, por exemplo, se o fornecedor faz um show ruim, como é?

A gente não bate, é bonzinho (*risos*). A gente não tem um quarto com castigo. Às vezes o artista acha que o show não foi bom. Todo artista quando vai fazer um show quer fazer o melhor, e a gente que está produzindo quer que aquilo fique lindo. Às vezes acontece alguma coisa, o som fica ruim e o artista fica chateado. Deu um *blackout*, o gerador não ligou na hora, tanta coisa acontece.

E os prazeres de produzir, dos shows que você fez que foram marcantes?

Esse último show que eu fiz agora do Gil com Gal, Zeca Pagodinho, Mart'nália, Vanessa Da Mata e Alcione foi inacreditável! O Zeca cantando os sucessos dele em ritmo de forró, Alcione e Gal também, muito lindo! Fiquei orgulhosa de ter produzido. E, além de tudo, foi um evento sustentável. A gen-

te fez uma semana de shows durante a Copa de 1998, que também foi incrível. Lembro-me também de um show do Caetano que fiz na Concha Acústica há muito tempo, acho que final dos anos 80, ficou lotado. É bonito saber que você estava ali com a sua equipe, fazendo aquilo que deu certo. Porque começa com uma pequena reunião de quatro ou cinco pessoas. Quando vê, já cresceu para 50, com cada um fazendo uma coisa. Se dá certo, todo mundo fica feliz.

Mudou a imagem da música brasileira nesse período em que você está trabalhando com produção de shows, de 1987 até agora?

Sim, mudou. A música brasileira lá fora está muito respeitada. A música brasileira chegou a ser conhecida pelas mulheres bonitas, gostosas, com lambada, samba ou axé. Mas hoje em dia, na Europa, eles não acham que a música brasileira é só o samba. Eles conhecem João Gilberto, Gil, Caetano. Jorge Ben é conhecidíssimo lá fora. Conhecem até o axé: Daniela, Ivete, Claudia Leitte, os cantores de trio elétrico. Acho que em Nova Iorque há shows na rua de música brasileira, hoje em dia, e também se encontram mais discos.

Alguns dos entrevistados nossos falaram sobre a preocupação do Brasil em vender alegria e que isso apresenta um risco também. Como você vê isso?

Não é bom? Eu acho ótimo, acho incrível chegar a um país feliz. Todo país quer levar alegria. Mas a preocupação de levar alegria, em que sentido?

Um dia o mundo pode cobrar um preço por termos vendido alegria só com mulheres, shows de samba, sem outros conteúdos culturais.

É, pode ser. O Brasil é assim, tem que levar o que ele é. A gente não tem óperas tristes, não tem nada pesado. O brasileiro é diferente. Se você está na rua na Europa, nos Estados Unidos ou na Ásia, você reconhece outro brasileiro. É difícil se enganar. Você reconhece pelo jeito de andar, de falar, pelo sorriso. Acho que deveria continuar, sou a favor disso. Deve vender alegria, mas não deve vender barato.

Como você vê a internet, a cultura digital no seu trabalho de produção?

Eu adoro. No comecinho da internet, nos anos 90, o Gil fez uma música que chama *Pela Internet* e a transmitiu ao vivo. Foi um dos primeiros artistas que transmitiram uma música ao vivo pela internet – hoje a gente acha isso no YouTube. O Gil abriu essa portinha da internet lá trás e nunca mais fechou. Levou para um monte de gente. Toda hora precisamos abastecer o conteúdo da internet. Agora a gente lançou um disco, que está disponível por *streaming*,

mas daqui a pouco a gente vai permitir download gratuito. A gente só não faz muito isso porque tem a gravadora que distribui os nossos CDs, e ela também tem que ganhar dinheiro com isso. Não podemos dar tudo. O que é bacana na internet hoje é que você pode buscar um parceiro que pague para você poder dar. Quando a gente disponibiliza músicas do Gil na internet, não é que ele esteja dando a música dele. Ele está dando para o consumidor, mas alguém está pagando para ele fazer isso. Esse modelo de negócio é ótimo, alguém paga. Hoje é a Natura pagando para o Gil dar música no Portal Natura. Então, em vez de o Gil ganhar aquele dinheiro do consumidor, a Natura já o pagou como *advance*, já adiantou esse dinheiro. As pessoas às vezes têm uma impressão errada, ou um entendimento errado, e cobram: “Puxa, Gil, você fica dando as suas coisas na internet”.

Mas isso provocou uma crise dentro da indústria fonográfica?

Ah, claro. As gravadoras hoje em dia estão ruins, atuam agora até como empresárias de artistas. Contratam um artista e possuem participação nos cachês dos shows, na receita de shows, em bilheteria. Antigamente não se podia imaginar isso. A gravadora do Gil, há dez anos, não ia querer participação nos shows dele, não existia isso. O Gil é um caso à parte, porque ele não é de nenhuma gravadora, é da Gege. Mas isso existe. Antes, a gravadora tinha a propriedade de um fonograma para a vida inteira; gravava o disco e aquele disco era dela, para sempre. Editava as músicas e o direito autoral era dela também – um percentual, então ela tinha tudo ali. Hoje ela não tem a propriedade do fonograma nem a edição. E nem o disco que vende, porque o disco não vende. Um artista que vendia 500 mil, hoje vende 100 mil.

O Fernando Faro disse aqui que, muitas vezes, é menos importante o produto que vai ser apresentado do que a relação estabelecida para construir esse produto. O artista está compondo o CD, você como produtora não diz: “Olha, Gil, se você compuser assim, você vai vender mais”. Como você vê isso?

No meu caso, como eu tenho esse privilégio de ser casada com o Gil, ninguém opina – nem eu nem ninguém – na obra que ele faz. Ele grava o que quiser; sempre gravou o que quis. Sempre. Gravadora nunca impôs. Pode até ter sugerido, ele gostou e gravou. Mas não me recordo de ter visto contrato impondo músicas a serem gravadas. Acho que o Fernando Faro tem razão, cada vez mais deve estar assim. Antigamente, você tinha uma liberdade muito maior de escolha, porque, de certa maneira, tudo ali ia vender. CD vendia

muito, era cultural comprar CD; hoje em dia não é mais. Hoje em dia interferem, sim. Podem dizer: “Vamos gravar essa música aqui, que é melhor”. O produtor fala, o presidente da gravadora, o diretor de marketing, o coordenador, o diretor artístico. Existe isso, sim. Lá em casa não. Sem chance de interferência.

Como você vê a questão da formação em universidades para produção cultural?

Acho muito mais importante do que antigamente. Eu, por exemplo, não fiz faculdade. Quando eu entrei na faculdade, me casei com o Gil. Aliás, entrei em duas: jornalismo e educação física, mas não fiz nem uma nem outra. Mas, hoje em dia, acho bacana ter. Você pode caprichar mais na produção. Até dentro desse meu interesse atual por sustentabilidade, a universidade agora é bem bacana para a área toda de ecologia, da diversão com responsabilidade. Na minha época eu não precisei muito; minha faculdade era meio que a universidade da vida, “vamos aprender na prática, fazendo”. Aprendia um pouco sobre som, luz, cenário, relação com a imprensa. A gente mandava fabricar os ingressos aqui em São Paulo, mesmo o show sendo na Bahia, com medo de falsificação. Tinha uma gráfica em São Paulo que fazia o ingresso com marca d’água. Para você ver como a gente fazia e como se faz hoje. Hoje em dia acho que nem tem mais ingresso, sai um negocinho da máquina como em um embarque de avião. Outro dia eu estava conversando com uma amiga que fez curso de produção cultural, e ela estava me contando novidades, coisas incríveis que estão aprendendo, que eu nem sabia. Antigamente nem tinha faculdade disso.

Sobre a concepção estética do show: a cenografia, a ambientação, como é pensar tudo isso?

Somos cuidadosos. Da música ao cenário. O que é o show? O do Gil agora é de forró, mas é um show pontual. Normalmente, o show do Gil é de MPB. Como planejar o cenário? A gente dá o disco para o cenógrafo, conversa um pouco com o Gil, e ele diz se gostou, faz escolhas. A luz? O iluminador conversa com o cenógrafo após escolher as cores, então o técnico de som vai conversar com o cenógrafo, que vai conversar com a gente. Aí a gente começa a pensar no figurino, tudo costuradinho, andando junto. No repertório a gente até pode opinar, o Gil às vezes pergunta: como fazer o bis, se abre com tal música? Aí, quem opina? O cenógrafo, o iluminador, o técnico de som. Este último opina porque diz se não é bom terminar com tal música e começar com outra, porque pode ter troca de violão e guitarra, então é mais fácil fazer tais

músicas juntinhas, sem trocar violão naquela hora. Há certas costuras que só com experiência mesmo para saber como fazer.

Como são as duas horas antes do show do Gil, por exemplo, antes de entrar no palco?

O Gil chega exatamente duas horas antes do show. Fica no camarim tocando violão, comendo castanha. Às vezes dá entrevista, às vezes entro eu no camarim com um monte de amigos, ou meus filhos. Não existe aquela coisa: “Ah, agora o Gil está recolhido”. Não. Ele fica assim até uns 15 minutos antes de entrar. Então, põe a roupinha dele e vai para o show.

E os bastidores dos shows, das gravações, você deve ter muitos causos, curiosidades para contar...

Não sei o que é interessante, porque pode ser para mim e não ser para outras pessoas. Eu adorei, por exemplo, ver o disco *Tropicália 2* [1993, Polygram] sendo feito, com Gil e Caetano gravando juntos. E era curioso, porque os dois estavam ali e falavam de tudo, não ficavam falando de música. Falavam de outros assuntos, enquanto gravavam o disco no estúdio. Isso é uma curiosidade, para mim é incrível não ter que ficar naquela obsessão de o tempo todo ficar falando em música, música, música. A gravação era a continuação de uma conversa que, não necessariamente de música, daria resultado no disco. O público deve achar: “Poxa, os artistas ficam recolhidos ou fazendo meditação”. Que nada! Ficam ali no *backstage*, conversando, alegres, o Zeca Pagodinho tomando a cerveja dele, o Gil comendo a castanha dele. A maior curiosidade de bastidor é que eu tive um filho durante o Rock in Rio. Então, a curiosidade é comigo mesma (*risos*). Eu estava lá, no Rock in Rio, em 1985, nove meses de gravidez, e de repente comecei a sentir uma dor. O pessoal da TV Globo me colocou em uma ambulância, cheguei no hospital e tive o Bem, meu primeiro filho. Aí o Gil saiu correndo e foi para o hospital (*risos*).