

DESACADÊMICA



A NAU DAS ILUSÕES

THE SHIP OF ILLUSIONS

Gilberto Mauro¹

¹ Possui graduação em Abi - Artes Visuais pela Universidade Federal de Minas Gerais (2021). Especialização em Licenciatura. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Artes e Música. Compositor por profissão. Pianista, Autor de 10 CDs autorais, sendo destes, 2 virtuais (para orquestra), 2 em parceria. Compôs dezenas de trilhas sonoras para cinema, teatro, ballet e montagens transversais. Além de produtor musical e produtor de festivais. Compõe para diversas formações, sejam elétricas ou acústicas, instrumentais ou canções, para banda, orquestra de câmara ou sinfônica. Foi secretário e diretor de comunicação do Sindicato dos Músicos de MG 2017/2020. (fonte: cnpq/lattes)

Faço uma reflexão sobre a situação do músico compositor do Brasil, antes que as IAs tomem conta de tudo.

Lembro-me que nos anos 90, a discussão ainda imperativa nos encontros, o ponto nevrálgico nos seminários e palestras sobre a produção musical autoral no Brasil, era a situação das rádios como veículos da música. E não haveria de ser de outra forma. Com o advento da internet, o destino desta Nau foi totalmente para outro lado. É como que se o norte da bússola mudasse de polo e apontasse para as plataformas digitais de conteúdo musical. Ao longo destes 20 e poucos anos do século XXI, a substituição deste foco foi como um lufar de esperança. Mas que vã esperança. No decorrer de inúmeras ilusões e decepções, como rádios comunitárias no meio desta transição, diga-se de passagem, hoje os fornecedores de conteúdo, ou seja, os músicos, estão condicionados a uma luta infinitamente mais precária, depauperada, mas vestida de uma charmosíssima superfície de beleza e glamour.

Com o fim da venda do CD material, o autor se viu cada vez mais dependente da venda de faixas, coisa muito difícil, além da audição (streaming).

Enquanto lutamos para conseguir mil streamings no Spotify, ou 1000 seguidores e 4000 visualizações/mês no youtube ou coisa assim, para conseguir assim, 3,94 dólares mensais, pagos por monetização via anunciantes, uma única vez de veiculação de sua música em uma rádio de grande alcance, renderia ao compositor além de todos que participaram da gravação como: Compositor (40 % se não me engano) intérprete, músicos, arranjador, produtor e até técnico de som. Um valor em média total de 40 reais. Sim. Em uma única vez tocada. Logicamente este valor varia de acordo com alcance da rádio. O valor vai de acordo com uma projeção aproximada de ouvintes. As rádios podem ir de 1 real até às margens de 60 reais, talvez mais. Se cada autor tivesse umas 10 audições por mês em rádios já seriam bem mais compensatórias que a realidade deste mundo virtual. Mas por que esse disparate?

E aí entra a questão Importantíssima que nunca vi ninguém se ater.

Sobre plataformas de streamings:

117

Rádios e veículos audiovisuais no geral, são “veículos de massa”. Ou sejam, atingem um número enorme de pessoas por vez. Basta estar sintonizado. As plataformas são veículos individuais. Mas a medição de royalties é o mesmo, seja nas rádios ou plataformas. O balizamento é o mesmo. Nas rádios, a despeito de muitas variáveis de acordo com finalidades, rendas per capita etc, a medição é sempre baseada por audiência -número de ouvintes, ou estimativa deste número. Cada ouvinte, cada indivíduo é responsável pelo rendimento ao artista de uma fração de centavo. Isso fica claro quando **vemos a** discriminação de audições nas plataformas. É claro, que cada plataforma paga valores diferentes.

Números:

Enquanto o mundo da música vai balizando toda sua produção, credibilidade pelo Spotify, o músico independente precisa entender onde ele se insere neste circo. O músico precisa saber quanto ele recebe por streaming INTEIRO (a música inteira). O Spotify é dono de 50 % de todo mercado de streaming no mundo. Desta forma, muito consumidor acha que só existe esta plataforma no mundo. De forma alguma. Esta plataforma paga no Brasil pouco mais de 1/3 de cent U\$ por streaming, o que dá hoje em dia 1,4 centavo de Real. Porém, está longe de ser a plataforma que melhor paga. O Tidal por exemplo paga 1,3 cents O que dá 6 centavos de real por streaming. É bem melhor, porém ainda está longe de ser a que melhor paga. O Napster por exemplo paga 6 vezes mais, o que dá 9 centavos por streaming! A Xbox paga 2,7 cents, o que dá 13 centavos de real!

Pra melhor entendimento, veja a calculadora de streaming neste link. – https://www.musicdiffusion.com/services/all-our-services/royalties-calculator-spotify-apple-music-youtube-amazon-deezer-tidal-napster/?ref=700&campaign=Calculadora#google_vignette

Todas estas plataformas prestam o mesmo serviço! O Músico precisa divulgar o uso de outras plataformas. O valor da mensalidade é a mesma ou um pouco mais cara para o consumidor, sendo que o Tidal é o melhor padrão de qualidade. Lembrando que o Youtube é escravocrata. Paga 0,69 centavos em 1000 streamings e você precisa ter mais de 1000 seguidores e 4000 plays por mês. Não divulgue Youtube! Ele só serve para divulgar vídeos e olhe lá. Não vale a pena. Fora estas, existe o Bandcamp, que continua vendendo streaming e por um preço justo. O bandcamp, é outro nível de relação. Disparado a plataforma mais bacana que existe. É tipo um My Space aprimorado. Porém, temos outras questões agravantes sobre as plataformas:

1 – Créditos / Direitos Conexos. – Os créditos, não são bem divulgados nas plataformas, e não existe uma padronização. Se a divulgação de créditos é muito malfeita, imagine os direitos conexos destes créditos? Praticamente não existem. A única forma de se conseguir isso, é através da distribuidora de cada artista, feito no momento que se vai preencher o formulário para envio da obra, mas usando formas alternativas de preenchimento. Ou seja, em outras palavras, utilizando uma boa gambiarra. Algumas distribuidoras, como a onerpm, até permitem que o autor escolha as porcentagens de valores direcionados a “compositores parceiros”, mas, é preciso que todos os nomes citados se cadastrem na distribuidora. Bom, pelo menos isso é gratuito.... Porém, não há nomenclaturas das funções. Ou seja, créditos/direitos conexos precisam ser contemplados plenamente e para isso é preciso padronização absoluta.

2 – A quebra do entendimento de valor do artista. Esta é para mim, na verdade, a pior questão da realidade que estas plataformas nos impõem. O detrimento da oportunidade de trabalho imposto ao músico-compositor por balizamento de “número de ouvintes”. Ela manipula o ego do artista. Em sua total falta de ética, joga o artista em um ciclo vicioso e provoca a sanha dos “interessados” e recria julgamentos totalmente distorcidos. Afinal é este o sistema das redes sociais para nos manter presos não? Likes! Likes! Danem-se a falta de likes, ou *ouvintes* no caso, o autor poderia até dizer. Mas o fato é que este critério

vem se tornando a regra para produtoras e instituições para seus projetos, shows etc. Afinal, elas querem retorno financeiro, visibilidade, gerar credibilidade para os patrocinadores. Assim, toda carreira profissional vai sendo desconsiderada. E a qualidade? Bom, se já era a parte mais sensível ao se considerar, imagine neste sistema? Toda sua trajetória é esquecida de forma muito mais taxativa. Suas credenciais se tornam uma plataforma de streaming. Assim surge o termômetro, o medidor de retorno do trabalho do artista. O *número de ouvintes*. Simples assim. Mediocrementemente assim.

Para o músico–autor, ou detentor de um projeto original, lhe restam os funis dos editais. Os famigerados. A maioria são de origem pública. E mesmo assim, não arrisco a dizer que não começaram a medir o proponente pelo “número de ouvintes” também. Editais cada vez mais paliativos, que exigem que o proponente seja um líder comunitário, assistente social, antropólogo, líder religioso... e por aí vai. O pequeno projeto cultural do artista, tem a cada edital a responsabilidade de ser o “grande revolucionário da estética e reformador da sociedade”. Ora, enquanto não houver de verdade um Sistema Único de Cultura, assim será cada vez mais um grande moinho de vento, fazedor de quimeras e nada mais.

De volta às Rádios:

Mas, vamos voltar então a questão das rádios. Afinal, é gerando público que será, e apenas ali, o verdadeiro retorno financeiro do artista. Reconhecimento! Desde pagamento de seus direitos autorais e conexos até contratos e bilheterias. De resto... são remédios para sobreviver por mais um dia e nada mais.

Vinte anos atrás essa discussão, via as rádios como muralhas inexpugnáveis, detentoras de lobbys gigantescos. E ainda são. Porém, não foi entendido, que essa batalha não poderia ser travada no campo da cultura apenas. Este campo é onde principia. Mas não onde na verdade é travado e muito menos terminaria. É uma questão de democracia da comunicação. Uma questão de justiça. E nem digo sobre os famosos jabás. Estes seriam como “lobbys de varejo”. Justiça, é um campo de batalha naturalmente difícil e perigoso, o qual artistas de alguma forma

preferem se esquivar por inúmeros motivos evidentes. Mas do que adiantou se esquivar? Esquivamos tanto ao ponto de mudar o rumo de nossa nau.

Não meus amigos. As rádios continuam sendo o norte. Cerca de 5000 rádios no Brasil, não pagam direitos autorais, ou seja cerca de 60% total. Mas são obrigadas a pagar! Veja o link - <https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticia/11402/quase-60-das-radios-do-pais-estao-inadimplentes>. Pense no valor acumulado que esta retido. Estamos falando de muitos milhões retidos, pelo acumulo de anos e tantas rádios. Na verdade, hoje em dia, a imensa maioria de rádios que pagam direitos autorais, são as rádios que tem contrato de execução com gravadoras, quando já não pertencem aos próprios músicos-empresários detentores de seus contratos e de outros que lhe interessam. Já percebeu o imbróglio?

Muitas rádios alegam que, se pagarem os direitos autorais irão a falência. Eu acredito. Pelo tanto que devem, certamente. E muitas alegam que se tivessem que pagar não existiriam. Então há uma distorção aí não? Mas pergunto: E o autor que deve pagar por esta distorção? Logo ele que é o fornecedor de conteúdo, o fornecedor do produto destas rádios? Não. Me dê licença.

Mas, então, você pode me argumentar, que ninguém ouve mais rádios. Não? As rádios continuam aí, não continuam? Elas vinculam o quê? Quem distanciou foi o músico das rádios. Ele não dá mais atenção. Mas elas estão no mesmo lugar de sempre. Estes meios não existiriam sem música. E arte transforma, forma opinião. Não estaríamos neste estado de ignorância massiva no Brasil se a mensagem musical de massa fosse mais reflexiva, não é? Você, autor, não já se deparou com algum simpatizante não-músico te questionando “Por que a qualidade musical do Brasil caiu tanto?”. Não, não caiu. Os meios de comunicação é que, cada dia cada ano, cada década se tornam mais massificantes, ao ponto de beneficiar trabalhos cada vez mais sem a menor proposta reflexiva e qualidade duvidosa. Mas não quero entrar em discussões estéticas. Meu foco aqui é outro. Meu foco é esta nau sem rumo em que estamos.

E desta forma, os autores, compositores e intérpretes de obras inéditas e originais, continuam
SCIAS.Arte/Educação, Belo Horizonte, v.15, n.2, p.115-121, jul./dez.2024

neste estado obscuro, submerso em sobrevivência. Como em uma nau sem rumo ou em rumo ao recife de rochas ou ao mar aberto.

4 coisas que o músico-autor precisa fazer:

- Divulgar as outras plataformas, para que seu público comece a utilizar plataformas que paguem melhor por seu trabalho e mude de referência do Spotify
- Cooperação entre músicos, compartilhamentos, playlists de audições entre si, como era no My Space.
- **Politize-se. Lute por políticas públicas**
- **Insista nas rádios e as coloque no debate.**

- Gilberto Mauro - Músico, compositor, diretor de comunicação do sindicato dos Músicos de Minas Gerais.