

UBC

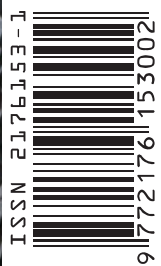
REVISTA DA
UNIÃO BRASILEIRA DE
COMPOSITORES
#07_DEZEMBRO DE 2010

PALAVRA CANTADA

FAGNER DEFENDE A IMPORTÂNCIA DA POESIA NA SUA OBRA

+ MÚSICA CLÁSSICA HOJE

+ TURNÊS INTERNACIONAIS



UBC

→ TRADIÇÃO E CONFIANÇA

→ ADMINISTRAÇÃO MODERNA E TECNOLOGIA DE PONTA

→ SISTEMA EXCLUSIVO DE LIBERAÇÃO DE
RETIDOS E AGILIDADE NO PAGAMENTO

→ REPRESENTAÇÃO EM MAIS DE 130 PAÍSES E
TERRITÓRIOS E UM DOS MENORES PERCENTUAIS DE
ADMINISTRAÇÃO DO MERCADO

→ MEMBRO DA DIRETORIA DA CONFEDERAÇÃO
INTERNACIONAL DE SOCIEDADES DE AUTORES
E COMPOSITORES (CISAC)

→ ATENDIMENTO PERSONALIZADO PARA GARANTIR A
DEFESA DE SEUS DIREITOS NO ECAD

WWW.UBC.ORG.BR TEL.: (21) 2223-3233



A UBC é uma sociedade sem fins lucrativos, regida por autores, que tem como objetivos a defesa e a distribuição dos rendimentos de direitos autorais e o desenvolvimento cultural.

Afilie-se!



REVISTA DA
UNIÃO
BRASILEIRA DE
COMPOSITORES
#07_DEZEMBRO DE 2010



EDITORIAL

2010 tem sido um ano de muito trabalho. Continuamos avançando na busca de melhores resultados para os autores e no desenvolvimento de tecnologias que tornem sempre mais transparentes nossas atividades. Por outro lado, este foi um período em que muito se discutiram as propostas do Ministério da Cultura de intervir na gestão e fragilizar os nossos direitos autorais. A UBC, União Brasileira de Compositores, a mais antiga sociedade musical de autores do Brasil, continua firme e atenta na defesa dos criadores brasileiros.

Fernando Brant



04-05



06-07



08-09



10-11



12-13



16-17



18-19



20-21



22-23

ÍNDICE

04 : NOVIDADES NACIONAIS
06 : INTERNACIONAIS
07 : PERFIL **CHIMARRUTS**
08 : **TURNÊS** INTERNACIONAIS
11 : FIQUE DE OLHO
12 : CAPA **FAGNER**

16 : ENTREVISTA **TURIBIO SANTOS**
18 : MÚSICA CLÁSSICA
19 : PERFIL **MAZZOLA**
20 : ARRECADADO
21 : **DÚVIDA** DO ASSOCIADO
22 : QUEM É QUEM NA UBC

A Revista UBC é uma publicação da União Brasileira de Compositores, uma sociedade sem fins lucrativos que tem como objetivos a defesa e a distribuição dos rendimentos de direitos autorais e o desenvolvimento cultural / **Diretoria:** Fernando Brant (presidente), Abel Silva, José Antônio Perdomo, José Loureiro (in memorian), Manoel Nenzinho Pinto, Ronaldo Bastos e Sandra de Sá / **Diretora-executiva:** Marisa Gandelman / **Coordenação editorial:** Elisa Eisenlohr / **Projeto gráfico e diagramação:** 6D / **Editores:** Ana Lúcia Borges (MTB 29.221) / **Editores-assistentes:** Eduardo Fradkin e Gustavo Leitão / **Colaboradores:** Thaís Brito e Wallace Ramos / **Capa:** Simone Marinho / Distribuição gratuita / **Tiragem:** 5.000 exemplares

UBC

UBC
BRASIL
UNIÃO BRASILEIRA
DE COMPOSITORES



METAL QUE BOMBA

Por Eduardo Fradkin

Com integrantes das bandas Sepultura, Eminence e Chakal, o Unabomber Files é prova da vitalidade do *thrash*, e novo expoente do metal mineiro. A Revista UBC conversou com o guitarrista Alan Wallace, membro da Eminence. O plano é lançar o CD de estreia ano que vem.

O *thrash metal* esteve por baixo nos anos 90 e agora está ressurgindo com força. O que proporcionou essa nova onda?

Na verdade, o metal sempre volta às suas origens, e o *thrash metal*, nos anos 80, foi muito forte. Surgiram várias bandas que estão até hoje no *mainstream*. A volta tem tudo a ver com essas misturas que estão fazendo com o metal, do *new metal* ao *emo core*, passando pelo *death metal*, pelo *speed metal*. A nova geração está ouvindo tudo o que foi feito naquela época.

Você acha que o *thrash* que se faz hoje é tecnicamente superior ao dos anos 80?

Temos bastantes músicos conceituados hoje, mas acredito que é uma evolução dos anos. Naquela época, não tínhamos internet para estudar e ver vídeos no YouTube. Acho que o *thrash* de hoje, em termos de técnica, é muito superior ao dos anos 80.

Qual a proposta do Unabomber Files?

O Unabomber é uma união de velhos amigos que tocam em bandas diferentes. Eu e o André Márcio tocamos no Eminence; o Paulo Jr., no Sepultura, e o Korg, no Chakal. Queremos fazer um som agressivo e porrada. Esta é a proposta, sem meio-termo.

Quantas músicas já estão prontas?

Temos já cinco músicas prontas e a ideia é que o CD tenha dez faixas. Ainda não temos um nome definido para o álbum, mas pretendemos lançá-lo em 2011, mais para o fim do ano.

A banda tem músicos de Chakal, Sepultura e Eminence. Cada um trouxe estilos diferentes? Se você tivesse que descrever cada membro da banda com uma palavra, quais seriam?

Korg é o cabeça; Paulo e André, os cozinheiros, a galera zoa pesado; e eu, sei lá, também vou para a cozinha na zoação. A química entre a banda é bem legal. Estou feliz por fazer parte desse projeto.



É CARNAVAAAAAAL...

Tendo como cenário uma mesa do Tio Sam, no bairro do Leblon, no Rio, o escritor João Ubaldo Ribeiro e alguns amigos andaram compondo marchinhas de carnaval. Duas das obras chamam-se "Margarida" e "Me Afogay". Ubaldo, que envereda pelas bandas da música com o pseudônimo Juca Pimentel, tem como parceiros Zoroastro Sant'ana, Ricardo Monjardim e Luiz Leite. Quem sabe não nascem aí promessas para o carnaval de 2011?



MUITO MAIS QUE 'TIC TIC NERVOSO'

O produtor e compositor Antonio Luiz tem uma história bonita de se contar. E de se ouvir. Autor de sucessos como "Tic Tic Nervoso" (famoso na voz de Kid Vinil, da Magazine, nos anos 80), ele conta que, quando era menino, engraxava sapatos na porta da TV Excelsior. Deixou brilhando calçados de artistas de renome, com quem, sem saber, trabalharia no futuro. Caso de Sérgio Reis, que, com o CD "Coração Estradeiro", por ele produzido, abocanhou o prêmio de melhor álbum de música sertaneja no Grammy Latino em 2009. "Isso é prova de que vale a pena acreditar", diz Antonio. À Revista UBC, contou algumas novidades. Está terminando o novo CD de Roberta Miranda, com lançamento previsto ainda para 2010. O álbum incluirá uma música de Victor (da dupla Victor & Leo), "Ilusões"; uma composição do próprio Antonio com a cantora, "Por Você Esqueci de Mim", e uma participação do rapper MV Bill. Antonio Luiz produziu ainda o último CD de Gian & Giovani (que incluiu a regravação de "Perigo", sucesso na voz de Zizi Possi); é padrinho artístico de Tânia Mara; e cuidou do novo álbum de Cezar & Paulinho, que tem como carro-chefe a canção "Vai que Cola". Hoje produtor da Sunshine, acumula mais de 400 músicas gravadas por uma lista infinita de gente boa, 11 delas por Zezé di Camargo & Luciano; nove por Leonardo; 15 pelo Raça Negra, além de Chitãozinho & Xororó, Bruno & Marrone, César Menotti & Fabiano, Reginaldo Rossi e Antônio Marcos (com ele na foto e com quem, quando garoto, sonhava em trabalhar um dia: os dois acabaram gravando juntos cinco músicas).

Divulgação / Luiz Rocha



NO AUGUE DA CRIATIVIDADE

Por Ana Lúcia Borges

De sua casa em Guapimirim, na Serra Fluminense, onde tem o canto dos pássaros como inspiração, Zé Menezes conta à Revista UBC que "só vai parar quando parar mesmo". A frase soa enigmática? Não ao ser proferida por este cearense, que completa 90 anos em 2011. Zé, que ficou satisfeito quando eu lhe disse que tem "voz de garoto", parece estar no auge de sua capacidade produtiva. Acaba de lançar, com sucesso de crítica, o último dos CDs do projeto "Zé Menezes – Autoral", pelo selo ABZ Digital (gravação de três CDs e um CD-Rom contendo seu acervo digitalizado: partituras, biografia, vídeos, fotos), que contempla quase toda a sua obra. Os planos fervilham para este multi-instrumentista, que não para quieto. Quando falou conosco, estava prestes a se apresentar no Ceará, no mesmo palco onde, 80 anos antes, pisara pela primeira vez.

O senhor mostrou seu talento ainda menino, em sua cidade natal, Jardim. Tocou para o Padre Cícero, uma personalidade na época, o choro de sua autoria "Meus Oito Anos". Esse mesmo vigor se vê no lançamento de seus três álbuns. Conte mais sobre essa etapa.

Imagine só. Tenho mais de cem músicas. Com esse programa, que teve patrocínio da Petrobras e apoio da Lei de Incentivo à Cultura, contemplei primeiro o chorinho, no CD "Regional de Choro" (2004); depois, a gafieira, numa homenagem ao Rio, no "Gafieira Carioca" (2008); e, por fim, a bossa nova, em "Nova Bossa", para o qual tive convidados importantes, como Yamandu Costa e Hamilton de Holanda. Trabalhei, e trabalho, com a fina flor da música brasileira.

Qual o propósito desse projeto?

Gostaria de deixar para os jovens todo o meu acervo, um trabalho robusto para a posteridade. As músicas principais foram gravadas nesse projeto, como "Comigo é Assim" e "Nova Ilusão", lançada em 1948, sucesso à época na UBC, hoje com mais de 30 gravações e que foi um dos temas da novela "Viver a Vida", da Rede Globo. Espero que essa iniciativa sirva de exemplo para outros compositores reunirem suas obras, para o bem da sociedade, dos jovens, do Brasil.

Sua carreira tem facetas curiosas, como a autoria de temas para programas de televisão.

Trabalhei 25 anos como músico na Rádio Nacional, e depois 22 anos na Rede Globo, onde fui maestro, arranjador e compositor. O tema de abertura dos Trapalhões, por exemplo, é de minha autoria, e está em "Nova Bossa".

Como qualifica sua obra?

São composições que refletem épocas diferentes. Tem muita gente que fabrica música, não compõe. Nunca forcei a barra para compor. Música é inspiração. Para agradar ao público, tem que agradar primeiro a você mesmo. Quando toco, fico emocionado, sentindo aquilo.

Vem mais por aí?

Tenho muita coisa para dar: e não é material para ser testado. É já pronto, arranjado. Da música vivi, e quero continuar.

Divulgação / Arquivo pessoal

LANÇAMENTOS

DJAVAN (Luanda Records / Biscoito Fino)

Festejado também por seus dotes de intérprete, Djavan dá vazão à faceta crooner no CD "Ária", composto apenas por canções alheias. O compositor empresta a voz flexível a clássicos como "Disfarça e Chora", do repertório de Cartola; "Fly Me to the Moon", marcante na voz de Frank Sinatra, e "Palco", de Gilberto Gil. O acompanhamento é econômico: o próprio cantor no violão, Torcuato Mariano na guitarra, André Vasconcellos no baixo e Marcos Suzano na percussão.

SIBA E A FULORESTA (Ambulante Discos)

Segundo álbum de Siba e a Fuloresta, "Toda Vez que Eu Dou um Passo/ O Mundo Sai do Lugar" tem letras de uma poesia intensa e mistura referências tradicionais da cultura pernambucana (coco, ciranda, frevo) a dubs, guitarras, pianos elétricos e orquestra de sopros com arranjos inovadores. O álbum traz participações de nomes como a cantora Céu. Siba, vale lembrar, capitaneou o Mestre Ambrósio, um dos grupos mais bacanas do mangubeat.

GLAD AZEVEDO (Independente)

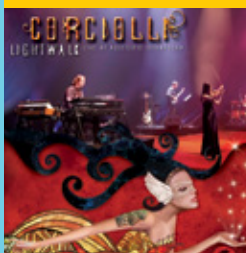
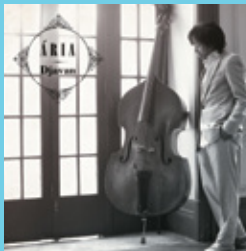
"Canto de Lá" é o terceiro e mais novo álbum do cantor, violonista e compositor Glad Azevedo. O "lá" do título se refere ao Maranhão, estado natal do artista. O repertório presta tributo às raízes do músico, com composições de cantôreiros como João do Vale ("Minha História"), César Teixeira ("Oração Latina") e Nonato Buzar ("Namorada do Sol").

GISELE DE SANTI (Independente)

Depois de burilar seu talento no circuito de bares, a gaúcha Gisele De Santi, de 24 anos, lança seu primeiro álbum. No CD, que leva seu nome, estão canções próprias que misturam bossa nova, jazz e blues com toques de chamamé, ritmo regional argentino. As 12 músicas podem ser ouvidas em myspace.com/giseledesanti.

CORCIOLLI (Azul Music)

Compositor e tecladista, Corciolli mostra seu som original, embalado por sintetizadores eletrônicos, no CD e DVD "Lightwalk - Live at Auditório Ibirapuera". Primeiro registro ao vivo do artista com 17 anos de trajetória e 1,2 milhão de CDs vendidos no país, o lançamento traz temas de seu mais recente álbum, "Lightwalk" (2009), e participações especiais do cantor Andre Matos (ex-Angra e Shaman) e da violinista da Osesp Tatiana Vinogradova.



INTERNACIONAIS



EM BOM PORTUGUÊS

No próximo dia 13 de dezembro, o Rio de Janeiro vai sediar o II Encontro Lusófono de Sociedades de Autores, a cargo de entidades brasileiras como a UBC, e com apoio da Sociedade Portuguesa de Autores (SPA). O evento, que tem como meta estreitar laços e trocar conhecimentos sobre melhores práticas e métodos, trará ainda associações de nações africanas que também falam português, como a Sociedade Angolana do Direito de Autor (Sadia) e a Sociedade Moçambicana de Autores (Somas).

ACORDO ANTIPIRATARIA

Aparentemente, o temor de que o acordo comercial de proteção à propriedade intelectual em desenvolvimento por um conjunto de países liderados pelos Estados Unidos pudesse inviabilizar boa parte do conteúdo da internet, manifestado por empresas de tecnologia e telecomunicações, se dissipou. O primeiro rascunho do Acordo de Comércio Antipirataria (ACTA), que pressupõe um rígido controle na circulação de conteúdos sem licença pela internet, foi divulgado em outubro. O documento não trouxe propostas polêmicas como a que responsabilizaria provedores de internet por infrações de direito autoral cometidas por seus usuários. E, para coibir a pirataria digital, propõe que os Estados tenham o direito de ordenar que um provedor forneça informações sobre o infrator.

LUCRO\$ COM STREAMING NO CELULAR

Uma pesquisa realizada este ano pela Telecoms & Media (editora da revista Music & Copyright) concluiu que as grandes operadoras de celular poderiam ganhar milhões de euros caso adotassem parcerias com serviços de *streaming*. De acordo com o estudo, realizado em conjunto com o serviço de *streaming* de música Spotify, uma operadora do Oeste Europeu que tenha 20 milhões de usuários, por exemplo, poderia ver seu caixa engordar em ganhos de até 77 milhões de euros em 2011, somente com a parceria.

ASSOCIAÇÕES, UNIDAS, VÃO ATÉ A GOOGLE

Associações americanas como Recording Industry Association of America (RIAA), American Society of Composers, Authors and Publishers (Ascap), Broadcast Music, Inc. (BMI) e National Music Publishers' Association (NMPA), entre outras, escreveram uma carta ao CEO da Google, Eric Schmidt, pedindo que ele considere a proteção dos direitos autorais na proposta de uma política para a internet livre. No texto, as entidades afirmam que é fundamental para a comunidade da música que qualquer política de internet permita e encoraje os provedores de internet e outros intermediários a tomarem medidas para deter atividades ilegais como a violação de direitos autorais e a pornografia infantil. A carta das associações foi uma reação à recente intenção da Google de elaborar, em conjunto com a Verizon, uma declaração de princípios a serem seguidos em prol de uma internet livre.



FRANÇA CONTRA O DOWNLOAD ILEGAL

Provedores de acesso à internet na França já estão notificando seus assinantes sobre o *download* de conteúdo protegido por direito autoral. Caso o internauta insista na pirataria, a chamada Lei Hadopi, aprovada no país no ano passado, prevê que o usuário terá o acesso à web cortado (após a terceira notificação de irregularidade). O governo francês é capaz de identificar até 150 mil endereços de IPs acusados de baixar conteúdo ilegal por dia. No mesmo país, outra iniciativa tem ocupado as páginas de noticiários quando o assunto é o combate ao *download* ilegal. A Comissão Europeia deu em outubro sinal verde para a França criar um sistema subsidiado de *downloads* legais de música, o que pode beneficiar jovens franceses entre 12 e 25 anos. A meta seria combater os *downloads* ilegais e criar uma maior oferta de música, assim como baixar os preços para os consumidores, por meio do chamado “vale música”, que permite baixar canções por um site especial e inclui um crédito de 50 euros para adquirir esse tipo de conteúdo na internet pela metade do preço.

US\$ 1,5 MILHÃO POR BAIXAR MÚSICAS

A americana Jammie Thomas-Rasset, do estado de Minnesota, foi condenada por um tribunal federal no mês passado a pagar US\$ 1,5 milhão por ter causado danos a gravadoras do país ao compartilhar 24 músicas na internet. A dona de casa, que havia usado o programa Kazaa para compartilhar os arquivos, terá de pagar US\$ 62,5 mil por música. Este foi o primeiro caso de violação de direitos autorais na internet a ir a julgamento nos EUA. A ação contra Jammie foi impetrada pelas gravadoras em 2006.



Foto de divulgação

Da ioga ao futebol, os bastidores do REGGAE GAÚCHO

Por Eduardo Fradkin

Segundo DVD da Chimarruts, que comemora dez anos de trabalho, trará cenas dos componentes da banda dentro do estúdio e também fora, no cotidiano

Com 120 mil discos vendidos e dez anos de carreira fazendo um reggae alegre e despojado, os oito integrantes da Chimarruts decidiram mostrar que têm essas mesmas qualidades em suas vidas pessoais. O segundo DVD da banda gaúcha, que levará o mesmo nome de seu quinto e recém-lançado CD, “Pra Fazer Brilhar”, terá cenas dos músicos dentro e fora do estúdio, ora gravando as 14 faixas do último disco, ora mostrando onde vivem e o que fazem nas horas vagas. Embora ainda não saiba se a gravadora EMI lançará o trabalho no fim deste ano ou no início do próximo, o flautista e cantor Nê revela algumas surpresas.

“Filmamos a Tati (Portela, cantora) numa aula de boxe, o Diego (Dutra, baterista) indo a um jogo do Internacional no estádio Beira-Rio, o Rafa (Machado, cantor) buscando o filho no colégio, o Vinícius (Marques, percussionista) mostrando o bairro onde mora e Sander (Fróis, guitarrista) e eu fazendo aula de ioga. É uma coisa intimista, enfocando o nosso dia-a-dia e mostrando que não somos seres de outro planeta”, conta Nê, que fora dos palcos se chama Luiz Alberto Kosarczuk Kisiolar.

Eleita pelo público da premiação Video Music Brasil (VMB) a melhor banda de reggae de 2009, a Chima, como é carinhosamente chamada, teve um começo humilde. Os músicos moravam em dois bairros pobres de Porto Alegre, Glória e Medianeira, e, mesmo juntando forças, faltavam recursos.

“Éramos um bando de pés-rapados e tínhamos que ensaiar num parque público, por falta de dinheiro para pagar um estúdio. Lembro que nosso primeiro cachê foi de R\$ 60. Isso era para a banda toda, e não para cada um! Em vez de dividirmos esse dinheiro, nós começamos a fazer economia

pensando em gravar um disco independente. Todo mundo nos dizia que era impossível, que era uma loucura”, recorda-se Nê, que hoje, aos 30 anos, é dono de um estúdio.

As previsões pessimistas quase se concretizaram quando a banda se viu sem verba suficiente para cobrir os gastos da gravação depois de iniciá-la. A solução foi proposta pelo dono do estúdio e prontamente aceita: assinaram-se notas promissórias. Endividados, mas com um CD pronto em mãos, os oito passaram a divulgá-lo nas ruas. Uma estratégia que se mostrou eficaz foi confeccionar cartões com um apelo em nome do “movimento de reggae gaúcho”, com os telefones das rádios da cidade e o título de uma música que as pessoas ligariam para pedir na programação. Essa tática, aliás, persiste até hoje, mesmo após a Chima já ter tido músicas adotadas por três novelas de grandes emissoras de TV. Mas foi ampliada. Agora, no site do grupo, há uma lista de rádios de todo o Brasil.

A maioria das bandas contemporâneas da Chima já cessou atividades, mas Nê se empolga ao comentar a nova cena gaúcha de reggae, citando vários bons grupos, como Brilho da Lata, SubDub e Zamba'Bem. Nesses dez anos, o som da Chimarruts foi burilado, mas o passado continua sendo uma referência. A banda anda muito influenciada pelo Skatalites, grupo seminal de ska jamaicano, formado em 1964, e procura manter a espírito do seu primeiro disco, de 2002, aquele bancado com notas promissórias.

“Os nossos instrumentos eram ruins e nós não sabíamos tocar direito, mas o sentimento que tínhamos era muito verdadeiro e isso foi captado. Quando ouço o disco hoje, tenho arrepios, fico emocionado. Desde o primeiro dia em que tocamos juntos, soubemos que nossa ligação era especial”, conclui Nê. 



Daniela Mercury: referências à cultura local nos shows

PÉ NA ESTRADA MUNDO AFORA

Por Thaís Britto. Fotos de divulgação

A Revista UBC foi investigar dicas essenciais para se planejar uma turnê internacional bem-sucedida

Um dos muitos itens presentes no imaginário coletivo sobre a carreira de músico é a turnê internacional. Mas se engana quem pensa ser fácil planejar uma viagem de shows. A experiência é gratificante. Porém, a quantidade de trabalho envolvida no planejamento de uma turnê no exterior não é lá tão glamourosa. São necessárias uma organização intensa e paciência na hora de solicitar vistos, tentar um financiamento e até produzir as apresentações em si.

Entender o momento certo desse tipo de empreitada e ter um objetivo definido também são fatores essenciais na opinião do produtor Eduardo Ramos. Com experiência na área internacional de gravadoras, ele foi o responsável, por exemplo, por lançar no exterior a banda hoje mundialmente famosa Cansei de Ser Sexy, na época em que atuava na Trama. Já organizou também estratégias de lançamento internacional de artistas como Otto, Nação Zumbi, Fernanda Porto e Caju e Castanha.

“Tour, com T maiúsculo, existe para promover um artista. Deve ser uma ação coordenada. E isso, poucos brasileiros fazem”, opina Ramos. “O artista deve ir para o exterior ou pela experiência internacional, ou pelo interesse de alguém

(gravadora, editora, agente ou empresário). E é preciso avaliar se há potencial internacional. Sem esses pré-requisitos, não há motivo para viajar profissionalmente. Acaba acontecendo um ‘turismo musical’, e não se atinge resultado algum”.

“Tour, com T maiúsculo, existe para promover um artista. Deve ser uma ação coordenada. E isso, poucos artistas brasileiros fazem” Eduardo Ramos, produtor

É preciso cerca de um ano para planejar com cuidado uma série de shows internacionais. A aquisição de vistos, por exemplo, pode ser um suplício. Especialmente para os Estados Unidos, um dos principais mercados consumidores de música brasileira, o processo é lento e instável. Conseguir dinheiro também não é das tarefas mais fáceis. Há editais do Ministério da Cultura e de estados, como Minas Gerais, que contemplam a organização de viagens como essa. Mas, como acontece em todo edital público, é sempre um risco esbarrar na burocracia.

Por isso, antecedência é a palavra-chave. Quem concorda é a cantora Tita Lima, filha do produtor Liminha. Seu mais recente disco, “Possibilidades”, foi lançado por um selo estrangeiro e, segundo ela, “todo feito por MSN e Skype”. A cantora já se apresentou nos EUA e em sete países da Europa, em casas noturnas, além de festivais e feiras.

“Os principais passos são, primeiro, tentar por edital, depois, tentar ajuda financeira com os grandes festivais e, por fim, marcar as casas noturnas. Fechar sempre tudo com datas próximas também ajuda. Em algumas cidades, por exemplo, você não pode tocar em vários lugares, pois as casas pedem exclusividade. Buscar cidades vizinhas é uma ideia. Van e aluguel de carro, nos EUA, por exemplo, saem quase de graça. Outra boa dica é sempre pedir que o contratante arranje o equipamento, o que barateia os custos”, conta.

As diferenças culturais entre o Brasil e outros países podem facilitar ou atrapalhar o processo. No caso da banda Os Mutantes, que tem vivido uma intensa carreira fora do país, é fator positivo. Fundada originalmente em 1966 por Sérgio Dias, Rita Lee e Arnaldo Baptista, teve diversas formações ao longo dos anos e ganhou novo fôlego no exterior em 2006, após um show de grande repercussão no londrino Barbican Theatre. A essa apresentação, seguiram-se turnês por terras americanas e pela Europa. Mês passado, Os Mutantes deram pontapé inicial em uma nova série de mais de 20 shows nos EUA.

“As plateias estrangeiras são muito acostumadas a ir aos shows para se divertir. Vão sem preconceitos. E, claro, se você falar um pouco de inglês (ou do idioma local), ajuda muito”, aconselha Sérgio Dias, dizendo ainda que algumas gentilezas fazem diferença. “É bom pesquisar um pouco da história do lugar onde vai tocar, saber qual o passado daquele palco. Tocamos, por exemplo, no Fillmore, onde já se apresentaram Jimi Hendrix, Janis Joplin. Você mencionar isso é interessante. E mais: parece óbvio, mas você tem que sempre saber onde está. Uma turnê cansa, é um pique pesado. Às vezes, chegamos à cidade e vamos direto para a passagem de som, nem dá tempo de descansar no hotel. Não pode acontecer de você estar em Chicago e mandar um ‘boa noite, Denver!’. Pega mal”, recomenda.

A baiana Daniela Mercury, que carrega uma experiência de 15 anos de turnês internacionais, segue a mesma linha. Seus shows no exterior sempre foram os mesmos com os quais excursionava no Brasil. Mas a inserção de uma ou outra novidade que prestigie o país visitado pode ganhar o público.

“Sempre que possível, faço alguma referência à cultura do país em que estou. Às vezes, canto uma canção conhecida”, explica Daniela, que resume conselhos. “É importante planejar tudo, ter boas parcerias locais e um bom *tour manager*, que vai gerir toda a turnê, pensando em tudo”.

A empresária Marilene Gondim, responsável pela carreira de Ana Carolina no momento – e que já trabalhou com nomes como Milton Nascimento – faz um alerta: não se pode pôr no mesmo balaio Europa, Ásia e EUA como se fossem uma coisa só.

“Cada região tem uma especificidade com relação aos contatos comerciais e ao jeito de organizar os shows”, afirma, acrescentando que não há um momento certo para o artista se aventurar. “O mercado hoje aceita tudo. Existe até mais interesse pelos artistas brasileiros novos do que por alguns daqueles já consagrados. Há inúmeros nomes que vivem de turnês internacionais, são requisitados e sequer

são conhecidos no Brasil”, completa, recomendando como períodos ideais no continente europeu o verão, devido aos festivais, além de outubro e novembro, por conta do circuito de teatro.

Marilene destaca, ainda, alguns fatores cruciais no planejamento da turnê, do agendamento à planilha de custos:

“Normalmente, os cachês são *all inclusive*: equipamentos, hotéis, passagens e afins são por conta do artista. As viagens são um capítulo à parte. As companhias aéreas têm uma má vontade unânime com relação ao músico. Quando veem um *case* de violão, já torcem o nariz. É necessário ficar atento, ainda, às legislações. Em alguns lugares, você não pode receber cachê se entrar com visto de turismo. Já vi grandes artistas serem detidos no aeroporto de Heathrow, no Reino Unido. Seguro-saúde, que normalmente é negligenciado, é a relação de custo-benefício mais importante”.

Além dos clássicos EUA, Europa e América Latina, há outros mercados que ainda merecem ser mais explorados pelos músicos brasileiros, lembra Eduardo Ramos.

“Tende-se a superestimar shows em Nova York, Londres e Paris, e ignorar mercados menos saturados, como Canadá, Bélgica e Escandinávia. Mais do que penetrar no país, é preciso ter um plano. Ir para a França, marcar uma agenda de imprensa e não falar francês é burrice”, revela.

“Cada região tem uma especificidade com relação aos contatos comerciais e ao jeito de organizar os shows”

Marilene Gondim, empresária



Sérgio Dias, dos Mutantes: atenção com o público



Para o músico Pedro Luís, a organização de shows no exterior em geral é muito boa, mas quem viaja muito acaba tendo experiências bastante diversas.

“Já vimos de tudo, desde ótimas estruturas até situações bem precárias. Em 1999, numa turnê com A Parede, na França, os técnicos acabaram tendo que comprar microfones no dia, que chegaram ainda com as etiquetas de preço! Já este ano, com o Monobloco, no Japão, tocamos no Liquid Room, e nosso engenheiro de som sentiu-se na Disney, tal era a qualidade do equipamento de uma casa de médio porte em Tóquio”, conta.

E há muitos parceiros com quem as bandas podem contar antes de se lançar no exterior. Pode-se tentar, por exemplo, contato com as embaixadas brasileiras. Ou outros apoios.

“Já vimos de tudo, desde ótimas estruturas até situações bem precárias.” **Pedro Luís, músico**



Pedro Luís: experiências diversas

Desde 2001, a BM&A (Brasil Música e Artes) executa o Programa Nacional de Exportação da Música do Brasil, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex). Seu foco é promocional, para indicar as oportunidades, estimular o intercâmbio de contatos entre a produção local e os possíveis clientes internacionais, e, principalmente, promover a profissionalização do setor independente. O mercado europeu é o principal alvo do programa, que ampliou a participação de empresas brasileiras na feira World Music Expo (Womex).

“Cada vez mais, estamos indicando shows e festivais

para artistas nacionais, do forró ao rock; da bossa nova à eletrônica”, comenta David McLoughlin, gerente da BM&A, que dá um conselho aos aspirantes à carreira internacional: o comprometimento é ingrediente fundamental. “O perfil e a cabeça de cada banda são diferentes, mas buscamos trabalhar com artistas e produtores que tenham um nível de profissionalismo que justifique o investimento de tempo e dinheiro”. 

Antes de fazer as malas:

DICA DA UBC SOBRE DIREITOS AUTORAIS

Se suas obras forem executadas no exterior, o compositor deve se assegurar de que elas estão registradas na base de dados da UBC. É importante também comunicar a sociedade sobre os detalhes dessa apresentação, tais como data, local e roteiro das obras executadas. Os critérios de arrecadação e distribuição de direitos autorais variam

FEIRAS E FESTIVAIS INTERNACIONAIS

Por Wallace Ramos

Feiras de música ao redor do mundo são excelentes lugares para fazer contatos e fechar negócios. Somente na Europa, há mais de 50 conferências que ocorrem anualmente e promovem o encontro de profissionais do mundo inteiro. Mas, além dessas feiras de negócios, são os inúmeros festivais de música que funcionam como uma boa porta de entrada para se apresentar no exterior. Boa parte desses eventos está concentrada na Europa, como o tradicional Festival de Montreux, na Suíça, que acontece anualmente desde 1967, e, em sua primeira edição, reuniu Nina Simone e Ella Fitzgerald. Grandes nomes da música brasileira, como Elis Regina, Gilberto Gil e Milton Nascimento, também passaram por lá.

Montreux acontece sempre em julho, assim como o Festival Música do Mundo (FMM) em Portugal, na cidade de Sines. Durante duas semanas, recebe artistas do mundo inteiro. A concentração desses grandes eventos entre os meses de junho e agosto deve-se ao verão no Hemisfério Norte – a maioria é realizada ao ar livre.

O **Glastonbury, na Inglaterra**, principal festival britânico, também tem novidades. Realiza um concurso anual em parceria com a revista Q Magazine, que seleciona artistas independentes para compor o *casting*. Outros países, como a Itália, têm uma agenda movimentada logo após o verão, entre outubro e novembro, como o Umbria Jazz Festival, por onde já passaram inclusive grupos baianos de axé.

Nas grandes feiras de música, os shows não costumam ser os destaques principais, mas para os empresários é uma oportunidade para fazer contatos e planejar uma turnê estrangeira. Com a sua 45ª edição marcada para janeiro de 2011, o **Mercado Internacional do Disco e da Edição Musical (Midem)**, www.midem.com, acontece em Cannes, na França, e costuma reunir oito mil profissionais de 80 países diferentes.

Outro destaque europeu é o **World Music Expo (Womex)**, www.womex.com, que acontece sempre na última semana de outubro e muda de localização a cada triênio. Atualmente, é realizado em Copenhagen, na Dinamarca, e reúne em média 2.700 delegados de 90 países diferentes. É a grande oportunidade para editoras e gravadoras promoverem seus catálogos, trocarem experiências de negócios e fecharem parcerias com distribuidores. O diálogo entre eventos diferentes é comum. O Midem oferece estandes e palcos no South by Southwest, www.sxsw.com, que acontece desde o final dos anos 80 e ocupa mais de 90 ruas diferentes do centro de Austin, no Texas.

O **SXSW** (como é conhecido) promove festivais de música (com mais de dois mil shows) e de cinema paralelos a conferências e mesas de negócios. O próximo está marcado para março de 2011. Diferentemente do que ocorre em outras feiras, porém, os shows do SXSW recebem atenção do público e da imprensa: principal festival de música do EUA, ele abre as portas para artistas do mundo inteiro.

de acordo com a legislação de cada país e com a própria regra aplicada pelas associações estrangeiras. Os *pubs* de Londres são um bom exemplo: por possuírem acordo com a sociedade arrecadadora britânica, pagam taxas mensais pelo uso de obras. O montante pago é incorporado a uma rubrica de distribuição indireta, ou seja, a distribuição é feita por amostragem. Outro exemplo: nos EUA, só são arrecadados os 200 shows de maior bilheteria do mês. Por isso, entre em contato conosco antes de fazer as malas.

FIQUE DE OLHO



Rei do Baião de novo em primeiro lugar

Na última edição, você leu que, no período de festas juninas de 2009, Luiz Gonzaga havia sido o autor com o maior rendimento de direitos autorais no país. Pois este ano a reprodução das obras do Rei do Baião o pôs novamente no primeiro lugar. Em segundo no ranking veio Sorocaba, da dupla Fernando e Sorocaba, compositor de músicas como “Pega-Pau” e “Meteoro”(sucesso na voz de Luan Santana). Em terceiro, figurou Tato, do Grupo Falamansa, autor de canções como “Rindo à Toa” e “Xote dos Milagres”. Mais de 4.600 titulares foram beneficiados pela distribuição no período, recebendo um montante superior a R\$ 1,8 milhão. E o levantamento mostra ainda que canções tradicionais, como “Festa na Roça”, “Pula Fogueira”, “Olha pro Céu”, “O Sanfoneiro só Tocava Isso” e “Quadrilha Brasileira”, ainda são as favoritas, e despontam entre as mais tocadas. De maio a agosto, o Ecad arrecadou mais de R\$ 7 milhões em festejos juninos, ultrapassando em 10,4% a meta estipulada para o período.



Inscrição para a ISC está chegando ao fim: corra!

Fique atento! A Competição Internacional de Compositores (ISC, ou International Songwriting Competition) estendeu até 3 de dezembro seu prazo de inscrições. Compositores profissionais e iniciantes do mundo inteiro podem inscrever obras inéditas em diversas categorias, concorrendo a US\$ 150 mil distribuídos em prêmios e dinheiro. As composições devem ser escritas em inglês ou traduzidas. Um estímulo a mais é o naipe estelar dos jurados: Peter Gabriel, Ben Harper, Rihanna, Kings of Leon, Tom Waits, Timbaland, Robert Smith (The Cure)... Outras informações em <www.songwritingcompetition.com>.

Arrecadação em academias

No começo de outubro, o Judiciário paulista determinou que estabelecimentos comerciais, como academias, devem pagar direitos autorais pelas músicas que executam, seguindo posicionamento já sedimentado pelo Superior Tribunal de Justiça. O magistrado Gilberto Azevedo de Moraes condenou a Training Academia e Comércio Ltda, na capital, em julgamento antecipado, uma vez que é notória a utilização de músicas nas atividades de academias, assim como em aulas de dança e aeróbica. É necessária, portanto, a obtenção prévia de licença autoral, calculada conforme critérios definidos no Regulamento de Arrecadação do Ecad.

Identificação em tempo real

O Ecad está em processo de implementação de um sistema pioneiro de automatização para identificar, em tempo real, músicas executadas em rádio em todo o país. O desenvolvimento do programa, batizado de “ecad.tec CIA Rádio”, está sendo feito em parceria com a PUC-Rio. A tecnologia pretende tornar mais ágil, transparente e rastreável a geração de amostragem para distribuição. Quando esta solução entrar em uso (o lançamento está previsto para o ano que vem), o Escritório precisará ter montada uma biblioteca de sons. Os titulares associados à UBC precisam passar a enviar à sociedade, portanto, as gravações de seus trabalhos, a fim de facilitar a identificação das obras. Para outras informações, ligue para o telefone (21) 2223-3233, ou entre em contato com sua filial.

Acervo de clipes na web

Uma parceria entre a Universal Music e a GVT, empresa de banda larga e telefonia fixa de atuação nacional, lançou mês passado o portal Power Music Club <www.powermusicclub.com.br>, que oferece *streaming* ilimitado de milhares de músicas e clipes do catálogo da gravadora, além de acesso aos *playlists* dos artistas. No portfólio, cerca de 3.500 nomes, incluindo U2, Amy Winehouse, Lady Gaga, Black Eyed Peas, Rolling Stones, Justin Bieber, Diana Krall, Mariah Carey, Caetano Veloso e Ivete Sangalo. O acesso, gratuito, é oferecido apenas a 1 milhão de assinantes da banda larga disponibilizada pela GVT. Os clientes também podem criar e compartilhar suas seleções de músicas pessoais, acompanhar notícias e participar de promoções. No futuro, existe a possibilidade de que o portal evolua de um canal apenas de *streaming* para um ponto de venda *online*. A parceria prevê que a GVT vai remunerar a Universal por quantidade de usuários ativos (os clientes que ativarem suas contas no Power Music Club): os valores, confidenciais, referem-se ao pagamento de direitos de imagem e direitos autorais dos artistas e conteúdos da empresa. No que diz respeito aos direitos de execução pública, os autores ainda não foram contemplados. Segundo o Ecad, o usuário já entrou em contato com o Escritório e uma reunião será agendada para tratar do tema.



Garimpeiro de versos, melodias e parceiros musicais, Fagner prepara novo disco e fala do lado engajado

Por Gustavo Leitão
Fotos de Simone Marinho

INCANSÁVEL



A primeira coisa que chama a atenção do visitante, ao abrir a porta do apartamento de Raimundo Fagner, no Leblon, é uma mesa comprida de madeira, no canto da sala. Sobre ela, uma confusão que só pode ser compreendida de perto. São muitos CDs gravados, com nomes escritos a caneta, e outros comerciais (de “Tropicália” a Calypso e cantoras espanholas), que se misturam a anotações, letras de música manuscritas e um velho gravador com fita cassete. Nesse caos criativo está a pista para se entender a cabeça do prolífico compositor cearense, 61 anos de vida e 41 álbuns no currículo.

Fagner nunca para. Recebe o repórter enquanto assiste ao fim de um jogo da seleção masculina de vôlei (e é ainda fanático por futebol), fuma cigarros e atende o telefone. Lançou seu disco mais recente, “Uma Canção no Rádio”, no ano passado, mas já seleciona músicas para um próximo. Fica na cola dos parceiros, cobrando colaborações, sejam eles dos primórdios da carreira no Ceará, como Fausto Nilo, sejam aquisições recentes, como Zeca Baleiro e Chico César. Ao mesmo tempo, espera uma ajudinha da inspiração. Que não falha nem durante o sono.

“Tenho um gravador sempre comigo, na cabeceira. Várias vezes acordo com uma ideia melódica na cabeça, pego e canto baixinho para não acordar ninguém, naquele estado excitante e ao mesmo tempo meio levitando”, conta o músico, que viu surgirem assim três composições do seu último disco.

Depois de mais de 37 anos de carreira, iniciada com o LP “Manera Fru Fru Manera”, em 1973, Fagner está sempre em turnê pelo Brasil, mantém uma média de pelo menos um disco por ano e não tira férias da criação. Se o segredo de sua longevidade artística pudesse ser resumido numa equação, ela teria como variáveis inspiração, claro, e um trabalho incansável de garimpo. Mesmo diante da TV, ele respira música. Recentemente, zapeando entre programas, ouviu Pedro Bial declamar um poema de Ariano Suassuna. Não teve dúvidas: procurou o escritor paraibano e pediu para fazer uma versão. Outro dia, caiu de amores por um texto de Ledo Ivo também lido no ar. Resultado: mais uma canção.

“Todo disco meu tem que ter fator motivador. Já fiz um (‘Donos do Brasil’, de 2004) porque conheci um poeta chamado Francisco Carvalho. Outros, por encontros com Zeca Baleiro, Chico César, Oliveira do Ceará...”, enumera.

Leitor voraz de poesia, o compositor gosta de pensar na sua música como veículo para a palavra. Quem conhece sua obra sabe. Dois de seus maiores sucessos, “Canteiros” e “Motivo”, bebem na fonte poética de Cecília Meireles (o primeiro, inclusive, rendeu um famoso processo por parte da família da escritora, que acabou num acordo em 2000). Em 1981, quando a portuguesa Florbela Espanca ainda não era tão conhecida no Brasil, lá estava Fagner embalando o poema “Fanatismo”. Isso sem falar na antiga colaboração com Ferreira Gullar, que já rendeu frutos como “Traduzir-se” e promete outros (‘Fui ligar para ele tentando recuperar a parceria e levei esporro. Ele disse que nosso distanciamento era culpa minha. Então já sei que vai rolar alguma coisa nossa no próximo disco’, ri).

“Minha música é muito simples. O que sempre fiz foi buscar bons parceiros, bons poetas, para dar qualidade aos poemas, não para complicar”, conta Fagner, que se realiza quando consegue comover grandes plateias, às vezes dispersas: “Sou a surpresa, estou ali para levar uma mensagem nova para um público que está acostumado a ouvir banalidade”.

Em suas turnês pelo Nordeste, chega a receber 30 composições para avaliar em cada capital onde se apresenta. Outras chegam pelo correio ou pela internet. Ele garante que ouve tudo. Parcerias podem até ser firmadas a distância, mas é no calor dos encontros que a mistura realmente fermenta. Foi assim com Zeca Baleiro, com quem gravou um disco em 2003 e ganhou a estrada em seguida, numa turnê registrada em DVD.

“Foi o casamento musical perfeito. Eu ia fazer um show em Fortaleza, e fomos para a casa de um amigo, onde ele tocou músicas minhas que eu nem lembrava mais. Depois trocamos ideias e nos juntamos de novo para dar vida àquilo tudo. Ao vivo é que a gente sente onde a música está pulsando”, afirma.

Sua lista completa de parceiros é enorme. Começa com o Pessoal do Ceará - turma que despontou no fim dos anos 60 e incluía Belchior, Rodger Rogério, Ednardo e Ricardo Bezerra -, passa pelo piauiense radicado em São Paulo Clodó Ferreira e o cabofriense Abel Silva. Tantos encontros também refletem as andanças de Fagner. Nascido em Fortaleza (mas registrado em Orós, no interior do estado), ele explodiu como artista no fértil celeiro da faculdade de Arquitetura de Brasília, no começo dos anos 1970. Mais tarde, na esteira dos contrerrâneos Belchior e Ednardo, mudou-se para o Rio, onde a carreira ganhou projeção.

O apartamento do Leblon, com janelões que se debruçam sobre a paisagem, é apenas um entre seus nove imóveis, que incluem uma fundação (leia mais no boxe) e uma rádio no Ceará. Nesse atual endereço carioca, Fagner está desde 1978. É um apaixonado pela cidade que o acolheu quando largou a faculdade, apenas um ano depois de se matricular, e decidiu encarar a música como sustento, mesmo com a oposição de parte da família.

“Tenho uma saudade enorme do Rio que conheci naquela época. A cidade respirava tudo que era bonito, que era bom. Eu andava a pé de Copacabana à Cinelândia. E onde quer que eu estivesse, era bem tratado. Fui muito mimado. Caí no lugar certo, na hora certa”, lembra.

Magérrimo e cabeludo, o compositor chegou à cidade coroado de elogios. No Festival de Música Popular do Centro de Estudos Universitários de Brasília (Ceub) de 1971, tinha levado cinco prêmios, incluindo o primeiro lugar para “Mucuripe”, composta em parceria com Belchior. Mas ainda não havia estourado nacionalmente, revelação que só viria quando Elis Regina e Roberto Carlos incluíram a canção vitoriosa nos seus repertórios. Em terras cariocas, ele caiu logo depois nas graças da turma do “Pasquim”, que escolheu a música para lançar no compacto do projeto “Disco de Bolso”. Foi quando Fagner virou o cara da vez.

Primeiro parceiro importante, o homem-mistério Belchior foi desaparecendo do horizonte artístico de Fagner. Do Pessoal do Ceará, sobraram Fausto Nilo e Brandão, que ainda são parceiros até hoje. “Eu e Belchior nunca tivemos uma grande amizade. Eu tentei. Gostaria de ter sido amigo dele porque

a afinidade da parceria sempre foi muito boa, o pouco que fizemos foi muito bom. Somos diferentes em nossas escolhas. Para começar, ele mora em São Paulo e eu, no Rio”, diz de gozação.

Atualmente, a galera do compositor (leia-se sua banda) gira entre os 20 e 40 anos. Ela inclui o baterista Rick de la Torre, o baixista André Carneiro, os guitarristas Cristiano Pinho (“um pós-Robertinho do Recife”) e Claudio Bezz, e o maestro Léo Fernandes. Antenados com as novas tecnologias, os músicos são um sinal do interesse de Fagner em oxigenar sua música, o que ficou claro na faixa “Muito Amor”, do último CD do compositor, um surpreendente tango eletrônico à moda de grupos como Bajofondo. Mesmo que ele próprio tenha suas fobias tecnológicas. Em sua sala, olha para um laptop conectado à internet que ganhou de presente como se visse um bicho estranho.

“Esses meninos são doentes por esse negócio aí. Mas tudo isso gera uma falsa intimidade e uma falsa felicidade. Na verdade, as pessoas estão mais frias. Não sei se é burrice minha. Hoje em dia, as coisas estão num ritmo tão acelerado que a gente precisa de tempo para a gente, para as coisas banais. E a internet tira seu tempo”, reclama.

“Minha música é muito simples. O que sempre fiz foi buscar bons parceiros, bons poetas, para dar qualidade aos poemas, não para complicar”

Preocupado com o impacto da pirataria, Fagner é um dos maiores defensores, ao lado de nomes como Pepeu Gomes e Sandra de Sá, da Proposta de Emenda à Constituição 98/07, a PEC da Música, que visa a diminuir a tributação de CDs e DVDs. O grupo já esteve no Congresso Nacional para angariar apoios. Para ele, a livre troca de músicas pela internet inchou a indústria de shows, hoje maior fonte de renda dos artistas. Se por um lado criou fenômenos culturais interessantes, como o Calypso, também disseminou uma série de grupos de música nordestina, principalmente o forró, que enchem os olhos do público com pirotecnias. E nada mais.

“Tem bandas que fazem shows muito bonitos, mas não dizem nada, com o mesmo baixo e bateria barulhentos do começo ao fim. É entretenimento, mas, no exagero, vira alienação”, protesta ele, sempre disposto a encarar uma nova turnê: “O palco é revigorante. O que cansa são as distâncias, os hotéis às vezes sem condição. Mas tudo vai embora depois de um belo show, duas cervejas e o carinho do povo. A razão maior daquilo é que o que você faz encanta as pessoas. E isso é o bicho”.

Outra preocupação sua no momento é o anteprojeto de lei apresentado pelo Ministério da Cultura que propõe uma revisão da Lei do Direito Autoral. Para ele, as modificações, que implicariam uma maior interferência do Estado nas prerrogativas do autor, cheiram a arbitrariedade.

“A classe artística brasileira tem tido um papel fundamental na redemocratização do nosso país participando ativamente das lutas, diálogos e conquistas. Sempre que o Estado tenta intervir de maneira arbitrária nessa área, todos ficam com a pulga atrás da orelha, o que parece estar acontecendo nesse caso. Minha sugestão é que seria prudente iniciar um diálogo com a participação de todos que têm conhecimento e interesse no assunto do direito autoral para que pudéssemos

avançar em outras direções que se façam necessárias, evitando um retrocesso”, diz.

Assumidamente alienado na época da ditadura militar, o músico hoje bate no peito para falar de sua faceta engajada e combativa.

“A classe artística brasileira tem tido um papel fundamental na redemocratização do nosso país”

“Não aceito ser domado por multinacionais. Já fui muito moeda de troca de gravadora, que vendia minha música com a condição de empurrar outros artistas no pacote. Hoje, alcancei minha autonomia e independência. Não tenho assessor de imprensa, amizade com colunista... Sou um cara meio isolado, mas também não poso de vítima nem fico aos sabores das seduções, dos privilégios. Minha única panelinha é no esporte”, brinca o compositor, amigo e compadre de Zico e peladeiro doente. 

EM ORÓS E FORTALEZA, ARTE PARA JOVENS “QUE NÃO SÃO UM NÚMERO”

A atuação política de Raimundo Fagner não se resume ao discurso. Desde 2000, o cantor mantém uma fundação com o seu nome no Ceará para criar oportunidades para crianças e adolescentes de baixa renda. A Fundação Raimundo Fagner atende 370 jovens de 7 a 17 anos de idade em duas cidades cearenses: Orós e Fortaleza. Por meio do projeto Aprendendo com Arte, eles têm aulas de música, literatura, informática, capoeira e história da arte.

A ideia da fundação nasceu de conversas com amigos de Orós. E logo ganhou força por meio da parceria com a Fundação Banco do Brasil. No município de 11 mil habitantes, muitos vivem sem água, luz ou saneamento. Em 2003, já inflada por outros parceiros, a organização chegou ao bairro de Parque Itamarati, na periferia de Fortaleza.

“Eu queria que esses jovens soubessem que não são um número. Que têm personalidade, identidade”, defende o cantor.

Em 2005, o projeto ganhou um alcance ainda maior quando foi selecionado pelo Ministério da Cultura como Ponto de Cultura e, com isso, ganhou novos instrumentos, equipamentos de informática e ampliou suas oficinas. Entre 2006 e 2008, os jovens encenaram os espetáculos “Romeu e Julieta” e “Os Jesuítas e sua Música para Catequese”.

Foto de divulgação



O GUARDIÃO DAS PARTITURAS

Por Eduardo Fradkin
Fotos de divulgação / Sandra Santos

O VIOLONISTA TURIBIO SANTOS DEIXA O MUSEU VILLA-LOBOS MAS CONTINUA CUIDANDO DE ACERVO MUSICAL NA ABM

Após 24 anos na direção do Museu Villa-Lobos, instituição fundada pela viúva do compositor e dedicada a difundir sua obra, o violonista Turibio Santos decidiu deixar o posto. No entanto, continua a cuidar das obras desse compositor e de muitos outros como presidente da Academia Brasileira de Música (ABM), que está num período de recuperação, após ter sido afetada pela crise econômica mundial. Turibio fala sobre o trabalho de correção de partituras de Villa-Lobos, que está sendo realizado pela academia, sobre patrocínio público para a música clássica e sobre o curso de violão da UFRJ, que ele inaugurou há 20 anos, entre outros assuntos.

O senhor está completando um ano na presidência da Academia Brasileira de Música. Qual a situação que encontrou e como estão as coisas agora?

TS: A academia teve que dar uma fredda nos gastos, porque os royalties da obra de Villa-Lobos, que são a principal fonte de renda dessa instituição, diminuíram muito. Isso se deveu a dois fatores. Um foi a crise econômica mundial, que fez com que as orquestras passassem a tocar mais obras de domínio público. O outro foi a crise no mundo do disco, que reduziu muito a quantidade de gravações. Neste momento, estamos recuperando terreno. Além disso, a academia tem outras fontes de financiamento em que está investindo, como o banco de partituras.

Como funciona esse banco?

TS: Os presidentes que me antecederam na academia – Vasco Mariz, Edino Krieger, Ricardo Tacuchian e José Maria Neves – sempre foram muito solidários com a música de compositores brasileiros e criaram uma série de projetos como esse banco de partituras, que auxilia na organização

do acervo de compositores e na sua comercialização. Funciona quase como uma editora. Se um regente quer tocar uma obra de um compositor brasileiro, sabe que encontrará um bom material ali. E acaba recomendando o serviço a outros regentes. Então, esse banco presta um grande serviço à cultura brasileira.

Mas uma boa parte da obra de Villa-Lobos, o compositor que fundou a academia (em 1945), não está em tão bom estado assim, não é? Sabe-se que muitas orquestras não tocam obras dele porque as partituras estão manuscritas e em más condições. A Orquestra Sinfônica de São Paulo, que vai começar a gravar o ciclo completo das sinfonias dele no próximo ano, anunciou que será feita uma revisão crítica dessas obras, para corrigir vários erros de notação nas partituras.

TS: Sim, esse trabalho é necessário. A editora francesa Max Eschig, que detém os direitos de muitas obras de Villa-Lobos, fez um acordo com a ABM para dar um jeito no mau estado de uma grande parcela de partituras em seu poder. Pelo acordo, a academia está revisando e reeditando essas obras e, em troca, fica com o direito de comercializá-las na América Latina. Vamos tentar prolongar esse trabalho o máximo possível, pois a obra de Villa é tão grande que sempre haverá algo a ser feito. Devo dizer também que algumas obras importantes de Villa não pertencem a Max Eschig, como é o caso de “A floresta do Amazonas”, que várias orquestras tocam, e que está sob domínio da ABM.

Como o senhor está conciliando o trabalho na academia com a direção do Museu Villa-Lobos?

TS: Estou deixando a direção do museu. Quem o está dirigindo é o (musicólogo) Luiz Paulo Sampaio, que foi meu assessor quando comecei lá. Não fiz um anúncio oficial da minha saída. Não vi motivo para isso porque meu vínculo com o museu vai além da direção. Continuo participando da sua associação de amigos e, como presidente da Academia Brasileira de Música, colaboro com várias ações do museu. Eu assumi a direção em 1986 e, desde então, a academia tem sido uma grande madrinha, apoiando



programas sociais como o Projeto Dona Marta, que oferecia aulas de música a crianças de baixa renda, e ações como recuperação de partituras e informatização do acervo. A minha saída do museu também carrega um ato simbólico. A Arminda (viúva de Villa-Lobos, morta em 1985) foi diretora daquela casa por 25 anos. Eu completei 24 anos agora, em 2010. Então foi um gesto de respeito.

Como ex-diretor do Museu Villa-Lobos, que é mantido pelo governo estadual, qual sua opinião sobre financiamento público para a música clássica?

TS: O museu recebe verba do Estado do Rio, mas também tem uma associação de amigos que capta inúmeros patrocínios, e só assim é possível viabilizar, por exemplo, o festival de música que é feito anualmente. Falando como Turibio, e não como diretor de alguma instituição, eu acho essencial que o Estado apoie a produção cultural e a estimule, criando condições para que os artistas possam trabalhar, mas sem tentar controlá-los. É importante nos mantermos alertas contra qualquer tentativa de controle. As leis de estímulo à cultura, como tudo na humanidade, estão sujeitas a erros. Vai-se encontrando o caminho certo por tentativa e erro. O que não se pode fazer é, num rompante, mudar a lei toda.

Que avaliação o senhor faz da participação das estatais na produção cultural, mais especificamente na música clássica?

TS: Acredito que estão desempenhando um papel importante e cada vez maior. A Petrobras virou uma madrinha da cultura brasileira. Citando um exemplo próprio, eu fiz um disco dedicado a Augustín Barrios, um paraguaio que morou por muitos anos no Brasil, que exigiu uma pesquisa séria da obra dele e foi patrocinado por Furnas.

O senhor continua gravando bastante?

TS: Acabei de gravar um disco com três concertos para violão e orquestra de cordas, acompanhado da Orquestra do Estado de Mato Grosso, regida pelo maestro Leandro Carvalho. Tem um concerto do (Ricardo) Tacuchian, uma suíte de seis danças concertantes que eu compus e o concerto para violão de Villa-Lobos em versão para orquestra de cordas. Ficou muito bonito. Foi gravado com apoio do governo de Mato Grosso, que mantém a

orquestra, e agora estamos buscando patrocínio para lançá-lo comercialmente.

A Escola de Música da UFRJ festejou, neste mês de outubro, os 20 anos do curso de bacharelado em violão, do qual o senhor foi o primeiro professor. Qual o perfil dos alunos naquela época e qual o perfil dos jovens que estudam violão hoje?

TS: Hoje, o violão é o curso mais procurado na Escola de Música da UFRJ. Aliás, isso ocorre também na Unirio e em federais de todo o país. Então, plantamos na UFRJ uma semente que deu frutos. Em 1980, havia um represamento dos estudantes de violão. Eles iam cursar composição e regência para conseguir um diploma e, paralelamente, estudavam violão com professores particulares, porque queriam seguir carreira tocando aquele instrumento. O perfil do estudante de violão, em geral, é o de um músico eclético, aberto a vários tipos de música. Afinal, o violão responde pela música flamenca, pela bossa nova, pela música clássica, pelo rock. É um instrumento muito antigo, mas que só tomou sua forma atual e definitiva há pouco tempo, em 1850, pelas mãos do luthier (Antonio) Torres. Antes, era menor e produzia menos som.

Em sua opinião, qual a fórmula para despertar o interesse pela música clássica nas novas gerações? O que acha de projetos como o que a Heloísa Fischer (jornalista e diretora do Portal VivaMúsica) está empreendendo, como a criação de um bloco carnavalesco que tocará marchinhas baseadas na música clássica ou a realização de concertos com um quarteto em boates?

TS: Acho que vale tudo. O que a Heloísa está fazendo é bom. Os projetos de iniciação musical e os de profissionalização, como o Villa-Lobos e as Crianças, e o que as universidades estão fazendo, com seus cursos técnicos, também é bom. Tudo isso é importante e é um sinal de crescimento e de amadurecimento do país. Acho que seria importante as orquestras abrirem terreno para outros gêneros musicais, sem deixarem de respeitar, evidentemente, o repertório tradicional, o das grandes sinfonias e obras afins. É preciso abrir uma porta para o futuro. Quando Villa-Lobos fez a série das Bachianas Brasileiras e a dos Chôros, usando fontes populares para criar música orquestral, ele estava abrindo uma porta para o futuro. 

John Neschling, da Cia. Brasileira de Ópera

Subvenção do governo ou apoio da iniciativa privada?

Por Eduardo Fradkin

De passagem pelo Brasil para cantar com a Orquestra Sinfônica Brasileira, em junho, a mezzo-soprano americana Jennifer Larmore, estrela de primeira grandeza no mundo da ópera, contou um episódio biográfico que revela muito sobre o mercado da música. Ela lembrou que sua carreira começou em 1985, numa audição para diretores de três companhias de ópera, das quais duas eram americanas. A terceira era a L'Ópera de Nice, da França.

“Eu cantei e fui bem. Porém, o representante da Ópera de Syracuse, de Nova York, nada disse. O da Augusta Opera, da Geórgia, falou que queria alguém com mais experiência. Enfim, Pierre Médecin, de Nice, pulou da cadeira e anunciou que me queria na sua companhia. Desde aquele tempo até hoje, há mais oportunidades na Europa. Lá, as casas de ópera, por receberem subsídios do governo, podem pegar um iniciante e lhe dar a chance de crescer artisticamente”, disse Jennifer, em declaração conseguida com exclusividade pela Revista UBC.

A comparação pode ser estendida a orquestras clássicas. De modo geral, as europeias são subvencionadas, enquanto as americanas dependem da iniciativa privada e de doações de pessoas físicas. No Brasil, encontram-se ambos os modelos. A Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp) tem um orçamento anual de R\$ 52 milhões, sendo R\$ 43 milhões oriundos de cofres públicos. Já a Orquestra Sinfônica Brasileira (OSB) capta quase a totalidade de seus R\$ 35 milhões anuais via Lei Rouanet. Sua principal mantenedora é a Vale.

Criada este ano, a Cia. Brasileira de Ópera, do ex-regente titular da Osesp John Neschling, está entre os dois extremos. Ganhou apoio do Ministério da Cultura, que, inicialmente, apenas intermediaria contatos com empresas que poderiam virar patrocinadoras. No fim, o

próprio ministério deu metade da verba necessária para as atividades do grupo, R\$ 5 milhões. A outra metade veio do Banco do Brasil e da Petrobras. Atuando como regente no Brasil e no exterior, Neschling tem uma perspectiva privilegiada sobre o assunto.

“Creio que terão que ser repensadas as formas de sobrevivência das instituições que até hoje viviam despreocupadamente do dinheiro do Estado. Tanto no que diz respeito ao repertório a ser apresentado quanto na responsabilidade dos agentes culturais com manifestações não-lucrativas e igualmente fundamentais para a afirmação cultural de uma sociedade. Por outro lado, o Estado terá que assumir verdadeiras políticas culturais de financiamento que não passem simplesmente pelas manhas e manias dos empresários e de seus interesses. A Lei Rouanet tem que exigir mais do patrocinador e passar por definições mais claras de política cultural definidas pelo ministério”.

Ao esmiuçar as consequências da crise, o regente revela o que pensa dos seus reflexos sobre a programação das orquestras.

“Por um lado, o repertório fica mais conservador e, por outro, é preciso fazer concessões grandes ao *crossover*, para atrair um público mais velho e careta e um mais novo e inculto. As manifestações que estão em risco são justamente aquelas que não atraem nem um nem outro desses públicos: a música contemporânea e as obras menos executadas do repertório tradicional”, avalia Neschling.

O diretor de marketing da OSB, Ricardo Levisky, atua em campo buscando patrocínios e, em sua gestão, o orçamento da orquestra já passou de R\$ 6,4 milhões, em 2005, para os atuais R\$ 35 milhões.

“A falta de uma cultura de incentivo no mercado brasileiro faz com que não fiquem claras as diferenças entre custos e necessidades de projetos pontuais e os de instituições com trabalho perene. O grande desafio que instituições como a Fundação OSB enfrentam não é apenas captar um volume de recursos, mas garantir que ele seja mantido de forma anual e constante, considerando a continuidade do projeto”, afirma Levisky.

Quanto à discussão sobre as mudanças na Lei Rouanet, ele afirma que é necessário pensar num cenário mais abrangente para resolver o problema do fomento à cultura no país.

“O foco do problema não é a Lei Rouanet em si, mas o fato de ela ter se tornado a única ou uma das poucas ferramentas de captação no Brasil”, observa Levisky. “O foco da discussão deve ser como podemos ter a Lei Rouanet forte e um Fundo Nacional de Cultura forte. O que deve ser colocado em pauta é a indispensável aplicação direta de verbas de marketing e comunicação das empresas privadas em cultura. O foco deve ser como captar recursos de indivíduos no Brasil e no exterior por meio de benefícios fiscais ou não. Ou seja: o foco é trazer dinheiro novo para este mercado”. 

Foto de divulgação

“É PRECISO TER UMA EXCELENTE MÚSICA, E ISSO NÃO MUDA”

Aos 40 anos de carreira, o produtor Marco Mazzola fala de tendências do mercado fonográfico e conta tudo sobre o Prêmio Música Digital, que idealizou

Por Thaís Britto

Marco Mazzola é um produtor antenado com as demandas do mercado fonográfico. Já produziu uma constelação de mais de 30 artistas nacionais e estrangeiros (Elis Regina, Raul Seixas, Caetano Veloso, Milton Nascimento, Gal Costa, Ney Matogrosso, Simone...). Foi ele quem convenceu Djavan a gravar “Oceano”, após a recusa do cantor. Fez o mesmo com Gilberto Gil e a canção adaptada “Não Chore Mais”. Ele também disse a Ivete Sangalo que a cantora tinha força para uma carreira solo. E ainda produziu o primeiro disco de Chico Buarque na Ariola. Provando que os quase 40 anos de carreira não envelheceram sua visão de mercado, ele é o idealizador do Prêmio Música Digital, que, no dia 23 de novembro, condecorou em diversas categorias os artistas que melhor utilizaram a internet para divulgar seu trabalho.

Como surgiu a ideia do Prêmio Música Digital Brasileira?

Marco Mazzola: A ideia surgiu em 2005. Quis criar um prêmio para esses artistas que estavam saindo da internet e conseguindo atingir seu público. Ao mesmo tempo, preocupava-me com essa grande quantidade de canções na internet que não estavam sendo pagas. No fim de 2008, consegui a ajuda do Oi Futuro e comecei a empreitada. Contratei empresas para auditar os números fornecidos pelos portais. Escolhi 28 jurados que indicaram nomes de artistas que vinham se destacando. Os cinco mais votados de cada categoria agora estão submetidos ao voto popular.

Investir na internet como ferramenta para distribuir música legalmente é a melhor forma de combater a pirataria?

Mazzola: A produção de um disco é cara, e estão envolvidos ali músicos e compositores que vivem disso. Essa história de os artistas não serem remunerados por seu trabalho só existe no Brasil e na China. Ao mesmo tempo, temos sites como o iTunes, que já representa uma quantidade considerável de venda de música pela internet no mundo. A gente precisa lutar por isso.

Hoje em dia, o que os jovens músicos precisam fazer para atingir o sucesso?

Mazzola: É preciso ter uma excelente música, e isso não muda. Se você não tem talento, não adianta. Hoje, realmente, é preciso se concentrar em projetos via internet, colocando-os no YouTube e conseguindo seguidores. Não há mais programas de televisão ou rádio que apostem em gente nova. Ou você paga ou você não toca. Não sou contra nada disso; é como funciona o esquema. Mas não tenho dúvida de que a internet muda a relação de fãs e artistas.

E no trabalho do produtor, a internet também é uma aliada? Ou ela pode acabar com os CDs?

Mazzola: A internet só ajuda. Você consegue fazer um dueto com um cara no Japão e outro no Brasil. Não acho que a coisa física do CD vá acabar. Para muita gente, é um cartão



Foto de divulgação

“... não tenho dúvida de que a internet muda a relação de fãs e artistas”

de visitas. E ainda tem gente que gosta de ter CD em casa, de ouvir com mais qualidade. A música baixada na internet não é a mesma coisa.

Você já produziu discos e canções de muita gente diferente, de Elis Regina a Angélica. Como fazer isso dar certo?

Mazzola: No bom sentido, é praticamente um namoro. Se você fala uma coisa errada, no momento errado, pode acabar com tudo. O produtor tem que conversar, conversar e conversar mais um pouco, para ver se as ideias são aquelas mesmas e para que não surja um atrito desnecessário no meio do trabalho. A Angélica, por exemplo, era uma menina, e eu procurei entrar no mundo dela. Com a Ivete Sangalo, insisti que ela não podia ser uma crooner de banda. Ela não podia ser Banda Eva, tinha que ser Ivete Sangalo. Tanto que ela fala sempre que “existe uma Ivete antes e outra depois do Mazzola”. Acho que 50% do trabalho do produtor têm a ver com psicologia e sensibilidade. Além, é claro, de um vasto conhecimento musical.

Você deve colecionar um milhão de histórias engraçadas. Alguma é mais memorável?

Mazzola: A que mais me chamou atenção aconteceu com o Raul Seixas. Ele estava proibido de beber, e eu, gravando com ele. No meio da história, pediu para instalarmos um bebedouro dentro do estúdio. Daí, pediu a um menino da Polygram para trazer vodca escondida e a misturava com a água do bebedouro. Quando descobri, ri muito. Só disse a ele: “tu é maluco!”. 

ENTENDA COMO FUNCIONA O PROCESSO DE ARRECADAÇÃO



O Escritório Central de Arrecadação de Direitos (Ecad) representa todos os titulares de obras musicais e fonogramas filiados às dez associações que o compõem. As regras de arrecadação e distribuição são determinadas em conjunto por tais associações, que integram a Assembleia Geral da entidade e são

baseadas nas melhores práticas internacionais. O Escritório Central é responsável apenas pela cobrança de direitos de execução pública musical. Os usuários (pessoas físicas ou jurídicas que utilizam música publicamente) devem solicitar uma autorização pelo uso dessas

obras ao Ecad antecipadamente, que é fornecida mediante pagamento dos direitos autorais sempre por meio de rede bancária (nunca em dinheiro). O Ecad controla a emissão dos boletos e os pagamentos efetuados por meio de um sistema informatizado totalmente desenvolvido especificamente para a instituição.

COMO É CALCULADO O VALOR DOS DIREITOS AUTORAIS DEVIDOS?



O usuário de música é classificado segundo a frequência de utilização como permanente (rádio, televisão, Usuários Gerais, etc) ou eventual (shows e eventos). O Regulamento de Arrecadação do Ecad, desenvolvido pelos próprios titulares, por meio de suas associações, leva em consideração para a cobrança a importância da música para o estabelecimento: indispensável, necessária ou secundária. Após estabelecido isso, será determinada a forma de cobrança, que pode ser por meio de percentual sobre receita bruta (ingresso, couvert artístico, convite, abadá...); parâmetro físico (área sonorizada); valor por pessoa, ou custo musical (eventos especiais).

Os direitos autorais são cobrados em Unidade do Direito Autoral (a UDA, reajustada sempre em julho de cada ano) quando não houver receita ou custo musical para basear a cobrança. Essa unidade de valor foi criada pelo Ecad e pelas associações para servir de base de cálculo para a devida cobrança da retribuição autoral.

Há ainda algumas reduções e adequações do preço que podem ser aplicadas conforme cada caso:

1. Quando a execução for exclusivamente ao vivo, a cobrança será sempre 1/3 menor, devido ao não pagamento dos direitos conexos – direitos dos intérpretes, músicos e produtores fonográficos –, seja pelo critério de cobrança por percentual ou por parâmetro físico.

2. Quando a cobrança é feita pelo parâmetro físico, serão reduzidos de 15% a 60%, de acordo com a categoria socioeconômica da unidade da federação e o nível populacional do município.

VEJA ALGUNS EXEMPLOS PRÁTICOS DE COBRANÇA

SHOW
USUÁRIO EVENTUAL

Valor do ingresso: R\$ 50,00
Capacidade do local: 1.000 pessoas
Índice do regulamento: 10% da receita, mínimo de 70% da capacidade
Valor mínimo a ser cobrado: 1.000 x 70% x 50,00 x 10% = R\$ 3.500,00

SONORIZAÇÃO AMBIENTAL
USUÁRIO PERMANENTE

Usuário: Academia de Ginástica
Área Sonorizada: 120 m2
Índice do regulamento: 0,1 UDA (valor atual R\$ 46,96)
Valor mensal a ser cobrado: 120 x 0,1 x 46,96 = R\$ 563,52

Usuário: Loja Comercial
Área Sonorizada: 100 m2
Índice do regulamento: 0,045 UDA (valor atual R\$ 46,96)
Valor mensal a ser cobrado: 100 x 0,045 x 46,96 = R\$ 211,32

Confira a tabela de preços no site do ECAD:
<http://tinyurl.com/arrecadacao-ecad>

DÚVIDA DO ASSOCIADO

A partir deste número, a cada edição da Revista UBC vamos esclarecer uma pergunta recebida pela nossa equipe de atendimento, artístico ou pelas filiais.

Nos meses de março e abril, fiz dois shows no Vinicius Bar, em Ipanema, no Rio de Janeiro. Os fiscais do Ecad gravaram os shows e até hoje não recebi os direitos autorais das minhas músicas. (Ricco Duarte)

REVISTA DA UBC:

Os shows feitos em bares, restaurantes ou casas de diversão, que oferecem como atividade acessória a apresentação habitual de artistas, músicos ou grupos musicais, são classificados como música ao vivo. Esta rubrica tem uma distribuição diferenciada, já que não é feita de maneira direta, mas por amostragem.

A amostragem de música ao vivo é feita por meio de gravação nessas casas que estão adimplentes com o Ecad.

No dia da sua apresentação no Vinicius Bar, o estabelecimento havia sido sorteado para gravação, o que explica a presença do agente do Ecad. A rubrica “música ao vivo” tem distribuição trimestral. Suas apresentações de março foram distribuídas no final de julho, como divulgado em demonstrativo enviado pela UBC. As de abril, caso também tenham sido gravadas na amostragem, serão distribuídas no fim de outubro. Confira a tabela de distribuição abaixo.

RUBRICA – MÚSICA AO VIVO

SÃO DISTRIBUÍDOS NO FIM DO MÊS DE:	OS RENDIMENTOS PROVENIENTES DE APRESENTAÇÕES FEITAS EM:
JANEIRO	JULHO, AGOSTO E SETEMBRO DO ANO ANTERIOR
ABRIL	OUTUBRO, NOVEMBRO E DEZEMBRO DO ANO ANTERIOR
JULHO	JANEIRO, FEVEREIRO E MARÇO DO MESMO ANO
OUTUBRO	ABRIL, MAIO E JUNHO DO MESMO ANO



1. **MÁRCIA BITTENCOURT**
UBC Bahia

O carnaval da Bahia, considerado a maior festa de rua do mundo, é, ao mesmo tempo, a maior vitrine musical do estado e o maior desafio para a filial baiana. Pela grandiosidade do evento, explica Márcia Bittencourt, há uma expectativa inchada com o lucro de direitos autorais. “Todos os titulares participantes, sejam eles compositores, intérpretes, músicos, editores ou gravadoras, acreditam que a repercussão do seu trabalho gerará uma execução que muitas vezes não é alcançada, e então enfrentamos muitas frustrações ao distribuir seus direitos”, diz, acrescentando que “o carnaval da Bahia sofre as consequências da inadimplência da prefeitura de Salvador e do estado da Bahia que, desde 2006, não pagam ao Ecad pelos eventos realizados por eles, sejam em praças públicas ou trios independentes que apoiam”. Formada em jornalismo, Márcia é gestora da filial desde sua fundação, em 1999, e, nessa trajetória de mais de uma década, destaca colaborações importantes, como a de editoras e produtoras da região. “A elas agradecemos pelo

desenvolvimento e o profissionalismo de nossos associados. Não teríamos conseguido crescer sem o apoio de equipes parceiras, e agradeço à Duma Produções, à Páginas do Mar, à Fábrica da Música, à Caco Discos, à Tocaia Grande, à Faro Fino e a todas as demais, que sabem o quanto reconhecemos sua dedicação e seu respeito ao direito autoral”, comenta.

2. **CLÉO BARRETO**
UBC Goiás

A filial Goiânia é uma recém-nascida. Sob a gerência de Cléo Barreto desde sua criação, em julho deste ano, o escritório foi desenvolvido ao se perceber que a região tem uma cena musical peculiar e bem-sucedida, que demandava uma estrutura própria. Conhecida como nascente de grande parte das famosas duplas sertanejas do país, Goiânia não é mais musicalmente tão restrita ao estilo regional quanto era até os anos 90. Hoje, a mistura é a marca local, com uma forte prevalência do rock independente, como atesta o festival Goiânia Noise, o maior do gênero no país. “Goiás sempre teve uma cena musical muito produtiva, com artistas talentosos

nos mais variados estilos: MPB, rock, sertanejo, pop... E, mesmo nos mais segmentados, como choro, samba, música instrumental, sempre tivemos grandes expoentes”, lista Cléo. Cantora e compositora desde os 13 anos, a gerente diz que a falta de informação ainda é uma inimiga dos artistas locais. “Infelizmente, ainda há muita desinformação em relação aos direitos autorais. Por isso, há a preocupação de atender de forma personalizada cada um de nossos associados”.

3. **DANIELI CORRÊA**
UBC Rio Grande do Sul

A filial Porto Alegre está em franco crescimento. Prova disso é que o escritório, montado em 2006, se mudou este ano para instalações maiores. A inauguração foi celebrada junto com a comemoração dos quatro anos de presença da UBC na cidade, com uma festa no último dia 14 de setembro (confira as fotos em www.ubc.org.br/ubcsul). Sob o comando de Danieli Corrêa, não atende apenas ao estado do Rio Grande do Sul, mas tem um raio de ação que abrange toda a região, com associados de Santa Catarina e Paraná. Não bastasse o tamanho do espectro, a conscientização necessária sobre a importância dos direitos de autor também é enorme. “São sempre muitas dúvidas. E não só dos artistas, mas também dos produtores e dos usuários. Num evento, muitos acham que a música é gratuita, mas a decoração e a empadinha, não”, afirma Danieli, formada em Comunicação Social com especialização em Publicidade, Propaganda e Marketing, e gerente do escritório desde o início. Com fortes raízes regionais nos temas e melodias campeiras, a música gaúcha conta ainda com a presença importante do rock de referências múltiplas, com bandas como Bidê ou Balde e Comunidade Nin-Jitsu.

4. **GUSTAVO VASCONCELLOS**
UBC Brasília

Em apenas dois anos de trabalho da UBC em Brasília, o número de associados saltou de 49 para mais de 200. Sinal de que a capital federal, celeiro de talentos do rock como Legião Urbana e Cássia Eller, continua a mil. “Tivemos o privilégio de ter talentos como Renato Russo e Capital, mas que não conseguiram se sustentar aqui, tiveram que fazer carreira fora. Hoje, nossa missão é provar que é possível fazer sucesso na cidade”, defende Gustavo Vasconcellos, representante da sociedade em Brasília. Para ele, o rótulo de capital do rock nacional ficou para trás. O que se vê hoje é um panorama diversificado. Como se pôde detectar no Festival Caça-Bandas, promovido por Gustavo. “Tivemos 108 bandas e, entre elas, havia até um grupo de didjeridu (instrumento de sopro dos aborígenes), com toques indianos”, lembra. Apesar da fartura de talentos, o músico, produtor e dono de selo ainda luta para propagar a música local. “Há muita qualidade de autores e instrumentistas, mas ainda não se conseguiu constituir um mercado consumidor interno. Temos poucos canais de difusão”, lamenta.

5. **DANIELA SOUZA**
UBC Minas Gerais

Se o carioca amineirado Milton Nascimento cantasse o circuito musical de Minas Gerais hoje, talvez entoasse os “bares da vida”. Neles, muita música boa se faz (ao vivo)

no estado. Sob comando de Daniela Souza, a filial mineira tem presença forte desses artistas independentes, que vão aonde o povo está. “O trabalho independente criou algumas particularidades no nosso atendimento. O que nunca excluiu, obviamente, os artistas que desenvolvem seus trabalhos por meio das gravadoras e editoras, e que são nacionalmente conhecidos”, afirma Daniela, jornalista por formação. Marcada pela diversidade, a filial ganhou ainda mais alcance este ano, com a incorporação do atendimento aos artistas do Espírito Santo, fusão essa justificada pela proximidade e afinidade. “Afinal, que bom mineiro nunca frequentou as praias capixabas?”, brinca a gerente, à frente do escritório regional desde 2003. A filial tem ainda outro quê especial: está abrigada em Belo Horizonte, cidade que serve de morada ao presidente da UBC, Fernando Brant, autor conhecido em todo o país e com forte liderança na cena artística mineira.

6. **MÁRCIA XAVIER**
UBC Pernambuco

Berço do movimento manguebeat, Recife tem uma das cenas musicais mais reconhecidamente férteis e antenadas do país. Mas isso não torna o trabalho de Márcia Xavier, no comando da filial recifense desde 2000, mais fácil. Responsável por captar novos autores nos estados de Pernambuco, Paraíba, Ceará e Rio Grande do Norte, e fazer os pagamentos do resultado da distribuição dos direitos de suas obras, ela conta que os músicos e compositores locais ainda penam para subsistir comercialmente. “Tenho uma cena local muito rica e elogiada pela crítica, mas que não é comercial. As músicas dos autores daqui raramente tocam nas rádios, e os principais promotores de grandes eventos são os governos federal e estadual, que não pagam direitos autorais”, diz ela, que destaca a criatividade e a renovação constante como trunfos da produção artística pernambucana. De família de músicos e formada em Comunicação Social, Márcia também concentra suas energias na conscientização da classe, participando de palestras, fóruns e visitas a associações de autores.

7. **FLÁVIA TENDLER**
UBC São Paulo

Se é verdade que o circuito musical Rio-São Paulo é o mais movimentado do país, nada mais natural que a filial paulista da UBC seja dotada da maior estrutura. A equipe de 11 pessoas, liderada pela advogada com especialização em propriedade intelectual Flávia Tandler, recebe demandas tão variadas quanto a produção artística do estado. “A cena musical paulista é bem diversa. Tem um mercado gigantesco de sertanejo, mas também um cena forte de rock”, explica Flávia. Enquanto o sertanejo domina o interior paulista, a capital se desdobra em gêneros e mostra uma faceta bem permeável às influências estrangeiras. “Em relação ao rock, temos os artistas já estabelecidos, como Rita Lee e Eduardo Araújo, mas também novos, como Banda Cine, Hori, Hevo 84, além de alguns artistas de cena alternativa, como Mallu Magalhães e Céu”, lista a gerente, há dois anos no cargo. A filial existe desde 1942, ano de fundação da UBC, quando foi instituída ainda como representação. 

SEUS DIREITOS NO EXTERIOR

O associado da UBC tem a mais ampla representação do seu repertório no exterior.



Direitos Autorais de Execução Pública em mais de 130 países e territórios.

Direitos Conexos de Execução Pública em mais de 20 países.

Direitos Fonomecânicos em mais de 80 países e territórios.

O NOSSO DEPARTAMENTO INTERNACIONAL TRABALHA PARA IDENTIFICAR SEU REPERTÓRIO FORA DO BRASIL.

Entre em contato conosco fornecendo maiores informações sobre o uso da sua obra no exterior para garantirmos o melhor atendimento possível.

Tel.: (21) 2223-3233 / international@ubc.org.br / www.ubc.org.br





Os Protetores do Direito Autoral

Por JOHN BOWE

Algumas coisas podem fazer Devon Baker chorar. Houve aquela vez em que seu *hamster* de estimação, Herschel, morreu. Houve aquela vez em que ela foi atropelada por um carro. Nenhum destes episódios provocou lágrimas. Não chegaram nem perto. Mesmo assim, em uma recente terça-feira, enquanto Baker dirigia pela Highway 60, a 88 quilômetros a noroeste de Phoenix, ela se perguntou: Será que hoje é um daqueles dias em que vou chorar?

Baker, que tem dentes extraordinariamente brancos, olhos verdes, cabelo castanho e macio, e um jeito amigável que ela mesma descreveu como caipira, estava em sua viagem de uma semana mensal. Ela tinha voado até Phoenix para encontrar com os donos de um bar e restaurante e discutir uma proposta de negócios sem rodeios. Lá foi ela em sua ronda diária, navegando com um plano especial de ruas e rotas da Microsoft preparado anteriormente, com 60 a 80 locais marcados com pontos, triângulos ou quadradinhos azuis, de acordo com o tamanho, valor em dólar e prioridade, usando seu crachá com foto, com esperanças de encontrar uma conversa agradável. Exceto pelo fato da discussão nem sempre ser tão amigável assim.

Uma vez, um proprietário explodiu, chutou-a para fora do estabelecimento e falou para ela dar o fora. Outro disse que ela não passava de “um urubu carniceiro que voou e desceu para engolir os pequenos.” Não foi engraçado. Foi exatamente o tipo de coisa que, na verdade, poderia fazer com que Devon Baker chorasse.

Baker, 30, é uma executiva de licenciamento da Broadcast Music Incorporated, também conhecida como BMI¹. Esta empresa é uma P.R.O. (*performing rights organization*), ou organização de direitos de execução pública; as P.R.O.s licenciam as músicas dos autores e editores que representam, arrecadando *royalties* sempre que a música é tocada em locais públicos. Isso significa que se você compra um CD

do, digamos, Ryan Adams, ou baixa uma de suas músicas no iTunes, e a toca em uma reunião familiar, mesmo que 500 pessoas compareçam, você não deve nada. Mas se você tocar a música no seu restaurante, você terá que pagar pelo direito de usar a criatividade de Ryan Adams para fazer dinheiro para si mesmo. O que te deixa com três opções: você pode procurar o Ryan Adams, fazer um acordo com ele e pagá-lo diretamente; você pode pagar uma tarifa de licença à P.R.O. que o representa – neste caso a BMI; ou você pode ignorar o fato e confiar que não será pego.

P.R.O.s como a BMI gastam muito de seu tempo e energia negociando licenças com os maiores usuários de música – estações de rádio, emissoras de TV aberta e a cabo, distribuidoras de filmes, *sites* da internet que oferecem música por *streaming* e assim por diante. Mas uma parcela significativa do trabalho da BMI é educar e cobrar – por telefone e pessoalmente – as centenas de milhares de negócios pela América que não sabem ou não querem saber que precisam pagar pela música que utilizam. Além dos locais mais óbvios como bares e boates, a lista destes lugares inclui: salões funerários, supermercados, estádios de esportes, academias de ginástica, asilos – dezenas de milhares de negócios que tocam muitos bilhões de obras musicais por ano.

A maior parte dos americanos não tem objeção à cobrança da BMI pela sua música – exceto quando esta cobrança ocorre. Como disse Richard Colon, vice-presidente da BMI encarregado pela arrecadação de novas mídias: “Há alguns anos atrás, pedimos para Penn, Schoen e Berland, o pessoal de pesquisa da Hillary, fazer um estudo. A ideia era descobrir o que os Americanos realmente pensam sobre o *copyright*. Os autores merecem ser remunerados? É claro! Os números eram enormemente favoráveis – algo como 85 por cento. A pesquisa perguntou: ‘Se houvesse alguém que se recusasse a remunerar os autores, você acha

que ele estaria errado?’ E a resposta foi ‘Sim!’ Então, está tudo bem, certo? Errado. Porque quando chega a hora de pedir para as pessoas botarem a mão no bolso, era assim: ‘O quê?! Você quer que eu pague?’”

No dia em que a acompanhei em sua ronda, Baker já estava há quatro dias em sua viagem, a caminho do Bar e Café Coyote Flats no vilarejo de Aguila. À medida que dirigíamos pela Highway 60, a luz do sol ofuscava, falcões circundavam no céu e a temperatura chegava a 38°C. Os cactos saguaro com seus 9 a 12 metros de altura, subiam a parte baixa dos morros eretos como porcos-espinhos. Baker refletia sobre uma foto que viu na internet durante sua pesquisa sobre o local. Ela retratava a proprietária do Coyote Flats, Dorene Ross, posando com seu marido, Jim, para o jornal The Arizona Republic. Lá estavam eles em pé atrás do balcão, ela com uma Firestorm .380², ele com uma 9 milímetros³ Smith & Wesson. O artigo era sobre até onde eles iriam para defender seu negócio dos ladrões da região. O cenário não era exatamente favorável, dada a natureza volátil das interações com os clientes de Baker.

Teve, por exemplo, o senhor do *resort* Kentucky RV que disse ao telefone que iria até o escritório dela “pulverizá-la” com uma metralhadora. Depois, teve o caso do proprietário do clube feminino de punk-rock em Colorado que rasgou o contrato de licenciamento de Baker, colocou-a para fora do clube, seguiu-a até o lado de fora, deu uma cuspidinha em sua papelada e grudou em seu quebra-vento.

Nem toda experiência é horrível, ela ressaltou. Uma vez ela assinou um contrato de licenciamento de um clube adulto na pista de dança, logo abaixo dos mastros de *pole-dance* das *strippers* – e das próprias *strippers* que dançavam no palco; não poderia ser mais agradável. Não faz muito tempo que ela visitou o gerente de uma cadeia de assistência médica e saiu meia hora depois, após uma conversa agradável com o acordo assinado e um cheque de 5 dígitos.

Mas era muito duro algumas vezes, e estas experiências positivas, muito raras. “Na verdade, teve um cara para quem liguei estes dias” me contou Baker, “e quando perguntei quando ele poderia me enviar o cheque, ele disse: ‘Eu não sei. Por que você não pergunta ao Obama? Pergunte a ele! Ele controla tudo agora.’ Então, escrevi em minhas notas: ‘Cliente pediu para que eu procurasse o Presidente dos Estados Unidos.’” Uma outra vez, teve uma colega da Baker que recebeu uma carta dizendo: “Coma você-sabe-o-que e morra!” Quando ela respondeu ao cliente, ela recebeu outra carta perguntando: “Que parte do coma você-sabe-o-que e morra você não entendeu?”

¹ Nota da tradutora: Broadcast Music Incorporated ou BMI é uma organização de gestão coletiva de direitos de execução pública de obras musicais que atua nos Estados Unidos.

² Tipo de arma de fogo. ³ Tipo de arma de fogo.



Os autores merecem ser remunerados? É claro! Os números eram enormemente favoráveis – algo como 85 por cento.

Durante os 5 anos com a BMI – em viagens ao Texas, Ohio, Flórida, Washington – Baker aprendeu um bocado: gerentes de clubes adultos tendem a ser bem educados. Pessoas que dirigem cafés tendem a ser difíceis. Ringues de patinação são problemáticos. Eles têm as desculpas mais longas do mundo. Cassinos que têm tribos indígenas como proprietárias são duros. Toda decisão tem que ir para o conselho tribal e leva para sempre. Festivais de arte e artesanato, esqueça; os criativos nunca têm dinheiro. (“Você pensa que eles poderiam consegui-lo,” diz Baker, “Mas...” Ela abana as mãos sinalizando o contrário.) A regra mais importante da estrada, me explica ela olhando em meus olhos: “Nunca coma no local, mesmo que eles te convidem. Porque só Deus sabe o que eles podem colocar na sua comida.”

As organizações de direitos de execução pública nos Estados Unidos passaram a existir em 1914, quando um grupo de músicos, incluindo Victor Herbert, Jerome Kern, Irving Berlin e John Philip Souza, fundaram a American Society of Composers, Authors and Publishers⁴, também conhecida como ASCAP, a primeira P.R.O. da nação. Ela foi fundada em resposta a uma emenda de 1909 à lei de *copyright* americana que dava providências explícitas sobre a execução pública em complemento aos direitos fonomecânicos (o direito de gravar e reproduzir cópias de uma gravação com finalidade de distribuição e com a permissão obtida do editor ou do compositor da obra) ou aos direitos de sincronização (música sincronizada com filmes). A lei – e a ASCAP – ganharam uma força extra quando Herbert, na época um céle-

A maior parte, mas não todos os casos, acaba sendo resolvida fora do judiciário. Isso se deve ao fato de a BMI, em 51 anos, nunca ter perdido uma única ação que moveu.

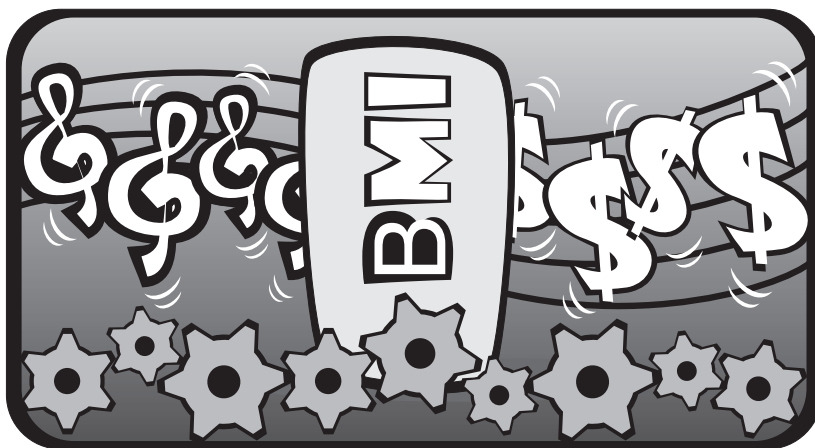
bre compositor da Broadway, acionou judicialmente um restaurante de Nova York chamado Shanley’s após ouvir suas composições executadas lá. O caso levou alguns anos serpenteando pelas Cortes, mas ao final, o juiz do Supremo Tribunal Oliver Wendell Holmes decidiu em favor de Herbert. “Se a música não for remunerada, desistirão dela,” escreveu Holmes. “Se é paga ou não, o objetivo de usá-la é o de obter benefícios e isso basta.”

Em 1939 as emissoras de rádio, incomodadas por pagar os *royalties* cobrados pela ASCAP, que até então era um monopólio, fundaram sua própria P.R.O., a BMI. Fizaram isso reunindo os muitos compositores excluídos da rede da ASCAP, trabalhando com os gêneros de jazz, country, blues e, mais tarde, rock’n’roll. Hoje, a BMI representa aproximadamente 400 mil autores, incluindo Willie Nelson, Dave Brubeck, Keith Urban, Lady Gaga, os Beach Boys, Taylor Swift, os Red Hot Chili Peppers, Café Tacuba, Kanye West, Shakira, Linkin Park, Mariah Carey, Sheryl Crow e Kid Rock. As músicas e composições escritas pelos titulares da BMI alcançam aproximadamente 7 milhões de títulos – quase a metade de toda música americana – e arrecadam próximo de 1 bilhão

de dólares por ano, que são distribuídos aos seus associados em cheques trimestrais. Por motivos de política antitruste, a BMI opera sob decreto de consentimento do Departamento de Justiça. É uma instituição privada, mas tem consentimento para operar como organização sem fins lucrativos, para garantir o máximo de retorno possível para seus compositores e editores (em 2010, 11,6% dos *royalties* arrecadados foram retidos para cobrir custos administrativos).

No passado, a BMI possuía 14 escritórios regionais pelo país, com agentes de campo que liam os jornais locais e percorriam o país a pé e de carro, sempre procurando por novos bares e restaurantes ou mesmo os antigos que não pagavam pelo uso da música. Agora estes escritórios estão fechados e funcionários como Devon Baker fazem a maior parte do trabalho por telefone da sede em Nashville. Mas com a internet, nunca foi tão fácil acompanhar os negócios do país. Os locais anunciam *online* as datas em que haverá música ao vivo ou karaokê; registros corporativos e licenças governamentais para venda de bebida dão nome e endereço dos donos dos estabelecimentos.

Uma vez contactados pela BMI, os proprietários recebem um formulário. O seu estabelecimento utiliza radio, CD *player*, máquinas de karaokê? Oferece música ao vivo? Caso positivo, com que frequência? Quantas pessoas o local comporta? Para negócios menores com capacidade pequena que não fazem muito uso da música, a licença pode ser tão barata quanto 300 dólares por ano. Para operadores muito grandes, o custo pode chegar a 9 mil dólares anuais, que é o valor máximo que a BMI pode cobrar de um único cliente. (Estes valores são distribuídos aos artistas baseado no que a BMI chama de um “parâmetro apropriado” – TV ou rádio locais – que refletem uma



amostragem dos bares e restaurantes da área.) Ao todo, a divisão de Devon Baker, Direitos Gerais, responde por 11% de toda receita da BMI.

De acordo com Conlon, as lutas que Devon Baker enfrenta na estrada são dificuldades emblemáticas enfrentadas pelas P.R.O.s como um todo. “A dança que acontece entre o vendedor e o relutante proprietário da boate,” diz ele. “É a mesma dança que ocorre até o topo da cadeia econômica, nas salas de diretoria em Nova York das maiores empresas de mídia do mundo. Você encontra o dono do bar, com uma arma e um cachorro, falando ‘Cai fora! Saia ou eu atiro na sua cabeça’, e ao mesmo tempo, em uma versão mais sofisticada, times de advogados, uns contra os outros, usando subterfúgios e minúcias da lei de direitos autorais.” As batalhas podem ser duras – e o resultado incerto. A ASCAP perdeu quando processou a Verizon alegando que eram devidos valores adicionais de *royalties* para os *ringtones* pelos quais a Verizon já havia pago uma licença. Mas quando a emissora Weigel Broadcasting Company contestou as tarifas de licença pagas por duas

estações de tv locais como excessivas, perderam e tiveram que pagar à BMI 1,4 milhões de dólares de tarifas retroativas. “Os argumentos não mudam,” continua Colon. “Ninguém é um comprador ávido. As pessoas acreditam no *copyright*. Mas a resistência que existe para fazer este dinheiro circular é universal e constante. Eles não querem pagar!”

Devon Baker trabalha junto a outros 24 executivos de licenciamento no 5º andar do escritório de Nashville, onde a maior parte dos 600 funcionários da BMI estão alocados. Parece, à primeira vista, uma província com território diminuto. Exceto que todos os homens usam gravata. Barbados, tatuados, mas de gravata. É prática há tempos, desde que um antigo presidente e C.E.O., Frances Preston, estipulou que todos os funcionários masculinos respeitassem a linha existente entre artistas e seus representantes. Artistas fazem música; os representantes da BMI lidam com o dinheiro.

Em conjunto, Baker e seus colegas fazem aproximadamente um milhão de ligações por ano. Muitas das quais são repetidas, um fato que remete a uma peculiaridade da empresa: persuasão pela persistência. Em vez de dar entrada com uma ação na justiça, a BMI e outras P.R.O.s preferem “vencer pelo cansaço”, o que pode levar uma dúzia de telefonemas, cartas até de 10 anos de persistência.

Uma tarde, sentei com Baker em sua baía. Ao lado da foto do seu noivo, Mike, e de suas sobrinhas, havia uma representação em cartão do icônico *smiley*. Idéia do chefe para lembrar os executivos de licenciamento que seu humor e tom de voz determinarão seu sucesso. O cartão é como um semáforo. Tem uma carinha verde sorrindo, uma carinha séria em amarelo e, depois, uma carinha vermelha brava. “Você nunca quer estar no vermelho”, diz Baker.

O computador de Baker, que usa *softwares* licenciados, discou para um clube adulto em Maryland. A BMI, me contou ela, tem acompanhado a casa por 4 anos. Durante este tempo, alegaram que a casa não cobra *couvert*, que seus funcionários nunca colocam dinheiro na *jukebox* e que não há consumação mínima. “Descobrimos que não era esse o caso,” disse Baker, sorrindo, referindo-se ao agente de campo *part-time* que não confirmou as alegações do proprietário. “Espero conseguir falar com eles ao telefone.”

O dono atendeu. Baker informou a ele que as desculpas não se sustentam. Após algum embaraço, ele anunciou que de hoje em diante ele não usaria mais músicas da BMI: ele retiraria todas as músicas da BMI de cada máquina de karaokê, CDs e iPods que poderiam ser tocados no clube. Tudo bem. Baker fez uma anotação para checar novamente. Algumas horas depois o proprietário ligou para dizer que pagaria.

Depois ela tentou encontrar o proprietário de um restaurante em Utah que nunca tinha dinheiro – dizia ele – para pagar a licença. Enquanto isso, o negócio dele cresceu de 3 restaurantes para 7. Então ela ligou para um restaurante mexicano na Geórgia. Muito educados – mas o proprietário não estava. Porque ele nunca está. Finalmente ela ligou para um dono de bar em Massachusetts. Ele soou como se fosse um azarado. Disse que entendia toda a ideia de direitos autorais e que, na verdade, costumava ter uma banda e ele próprio escreveu algumas músicas. Mas, infelizmente, não tinha dinheiro. Baker anotou para ligar depois.

As desculpas caem como chuva. Durante a adminis-

⁴American Society of Composers, authors and Publishers ou ASCAP é uma organização de gestão coletiva de direitos de execução pública de obras musicais que atua nos Estados Unidos.

tração dos casos, o *software* de gerenciamento de clientes da Baker lista as desculpas mais comuns – 24 ao todo – para que ela fique de olho no que lhe é dito. Mas ao final, ela sabe que é tudo um jogo, um jogo que ela vai vencer. Porque depois de todos os telefonemas, cartas e visitas, ela tem uma arma secreta: a lei. Quer o usuário de música acredite ou não que a violação de direitos autorais seja grande coisa, os infratores enfrentam multas que vão de 750 a 150 mil dólares por obra. Se após vários anos, o infrator se recusa a mudar de ideia, Baker aumenta as apostas e envia o que é conhecido na casa como “a carta de Larry Stevens”, que leva o nome de um dos chefes de Baker, informando-o que o caso está sendo direcionado para os advogados da BMI. A maior parte, mas não todos os casos, acaba sendo resolvida fora do judiciário. Isso se deve ao fato de a BMI, em 51 anos, nunca ter perdido uma única ação que moveu.

Ser executivo de licenciamento da BMI é um dos trabalhos mais duros que uma pessoa pode ter, me contou Mike O'Neill, vice-presidente sênior de licenciamento e repertório. “É diferente de outras indústrias e situações de venda,” diz O'Neill. “O cliente não está decidindo se vai pagar para que só então você envie o seu produto. O cliente já tem o produto.”

“Para nós é difícil pagar pela música”, diz O'Neill, “porque muitos de nós crescemos ouvindo rádio. E era grátis. Por que não é mais grátis?” É claro que a música do rádio, na verdade, não era grátis. As emissoras de rádio pagaram as tarifas de licenciamento à BMI e à ASCAP, e pagaram estas tarifas com comerciais, que ocupam quase 20% da transmissão. A internet permite que os usuários baixem músicas, normalmente sem pagar por elas, evitando comerciais irritantes e tocando a música quando quiserem. A facilidade com que a música pode ser obtida contribuiu enormemente para a noção de que ela está lá para ser baixada. Em 2008, 40 bilhões de obras musicais foram baixadas ilegalmente. Estima-se que 95% das músicas são baixadas sem pagamento ao artista ou à companhia que as produziu. A troca de arquivos de filmes e músicas por *peer-to-peer* (P2P) é responsável por 80% do tráfego de dados da internet. A venda de música pelos selos americanos em 2010 foi de aproximadamente 42% do que era há uma década atrás. Segundo um relatório da indústria de janeiro deste ano, “uma geração de jovens fãs de música está crescendo na expectativa de que música deve estar disponível instantaneamente, com possibilidade de escolha e de acesso sem limite e, é claro, de graça.”

Muitos músicos compensam os *downloads* ilegais focando nos shows. Eles aprenderam a considerar o material gravado, antes seu principal sustento, como uma forma de promoção dos shows ao vivo. Mas o crescimento de gêneros musicais, como o tecnobrega do Norte do Brasil, que faz a remixagem de músicas populares, oferece outro e mais direto desafio a quem deve ser remunerado quando a música gravada é executada. Os produtores fazem seus remixes, então não há infração de *copyright*, depois fazem dinheiro com festas dançantes para as quais é cobrada entrada. Nos EUA, produtores como Danger Mouse e Girl Talk criaram *mash-ups*

de obras de destaque protegidas, como os Beatles, e então lançaram para o público, em geral gratuitamente, desafiando as autoridades a questioná-los.

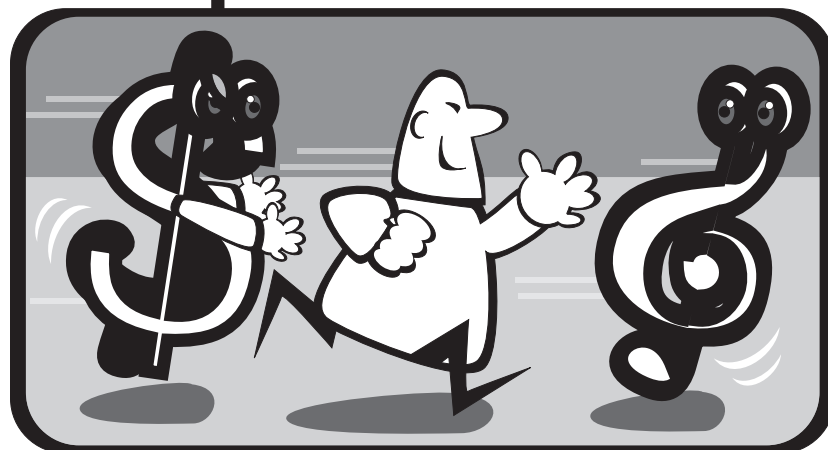
A maior parte dos autores famosos fica relutante em defender publicamente a lei de *copyright*, por medo de afastar os fãs. Dolly Parton não é um deles. “Não há ninguém que tenha tanto dinheiro a ponto de não querer que o dinheiro continue vindo” diz ela quando conversamos recentemente. A massa de compositores, cujo sustento pode depender desesperadamente dos *royalties* vindos da BMI, é a mais provável de expressar sentimentos parecidos com o de Parton. Um dia, visitei um compositor de música eletrônica e DJ de Los Angeles chamado Alex Amato. Amato, como às vezes acontece, vive em um estábulo adaptado perto de Vine e Santa Mônica que, diz ele, pertencia ao cineasta Kenneth Anger. Sob o nome de Genuine Childs, Amato compõe música com seu irmão gêmeo, Anthony, e vendem para *reality shows* como o “Real World” da MTV e “Road Rules”. Eles também compuseram músicas para a página de menu de DVD para grandes lançamentos do cinema como Scarface e A Identidade Bourne. Este é um nicho raro, mas Amato parece feliz: sua música atinge milhões de ouvintes.

Amato também serve mesas e gerencia um restaurante perto de sua casa. O cheque trimestral da BMI, insiste ele, é a chave de sua sobrevivência. “É como meu ingresso mágico de Willy Wonka” diz ele. Criar música, Amato ressalta, custa dinheiro. É preciso dinheiro para alugar o espaço, comprar o equipamento, fazê-lo funcionar. Como a música pode ser feita se tudo de repente tornar-se grátis?

“Tem mais pessoas ouvindo música hoje do que nunca,” ele me conta. “Mas por causa deste novo tipo de acessibilidade, as pessoas sentem que não devem pagar. Por que isso? Por que um construtor qualquer pode construir uma casa e receber o mesmo que antes, mas de repente, há esta nova opinião sobre esta maneira de ganhar a vida?”

Vale notar que ao longo dos anos a indústria fonográfica perdeu quase 60% da sua receita, enquanto a

“O cliente não está decidindo se vai pagar para que só então você envie o seu produto. O cliente já tem o produto.”



BMI e sua concorrente ASCAP têm lucro crescente. A BMI fez isso indo atrás de como as pessoas usam a música comercialmente, independente do meio. Como o presidente e executivo-chefe da BMI, Del Bryant, gosta de dizer: “Temos que estar um pouco à frente do tempo.”

No caso da BMI, isso significou saltar da radio AM para FM, dos filmes para a tv a cabo para a rádio digital para o *streaming* e para companhias (antes ilegais) como Napster. (A BMI começou a trabalhar um acordo com o Napster de *streaming* de música antes mesmo que esse resolvesse sua legitimidade.) Eles assinaram também com a Rhapsody, o *site* de *streaming online* quando a empresa ainda estava em sua infância. O truque, diz Bryant, é entender o mundo do conteúdo como um ecossistema. Quando surge um novo *player* no mercado, ao invés de matá-lo, feche um contrato. Com cada novo meio de comunicação, diz ele: “Fechamos contratos que não eram tão significativos monetariamente, nem que prendessem as partes porque não sabíamos se ele estaria entre nós por muito tempo ou como se desenvolveria. Eram como marcadores de lugar, métodos para fazer com que trabalhássemos juntos. E aos poucos foram se solidificando. É tudo uma questão de preço. O sistema deve servir aos propósitos de todos.”

Richard Conlon faz coro com o que Del Bryant diz: “Nosso negócio não serve para acabar com as coisas novas.” Ele me conta. “Nosso negócio cria mercados. Nós não queremos que as pessoas NÃO usem música. Sabemos que o mercado está se pulverizando. Você quer pegar a nossa música, oferecê-la por *streaming* e fazer com que algum eletrônico qualquer a toque quando você insere um chip em alguma coisa ou alguém? Vá em frente! Faça! Apenas pague por isso!”

A BMI é otimista quanto ao futuro. De acordo com Conlon, que passa uma boa parte de seu tempo vendo como jovens de 8 a 15 anos usam tecnologia, baixar é coisa do passado, *streaming* é a nova moda. E adivinhe! O *streaming* paga – assim como o rádio. Legalmente o clima é bom também. Em maio, a Corte federal julgou o LimeWire, um dos poucos serviços grandes de troca de arquivos por *peer-to-peer* remanescentes, culpado por indução à violação de *copyright*. A companhia pode ser multada em até um bilhão de dólares.

Enquanto o restante do mundo dos conteúdos se preocupa com o fato de que a tecnologia poderá aniquilá-lo, as P.R.O.s acreditam que a tecnologia irá salvá-los. A BMI desenvolveu um sistema cha-

A maior parte dos autores famosos fica relutante em defender publicamente a lei e copyright, por medo de afastar os fãs. Dolly Parton não é um deles.



mado Blue Arrow que utiliza a mesma tecnologia do iPhone Shazam para identificar música. (A ASCAP usa um sistema similar chamado Mediaguide.) Estes sistemas podem ouvir *sites* na internet, assim como rádios e emissoras de TV em todo o mundo e identificar, em 2 segundos, virtualmente qualquer obra musical tocada, não só americana, como turca, árabe, chinesa, coreana, latina, japonesa e assim por diante. A base de dados do Blue Arrow tem capacidade de 500 terabytes (mil gigabytes cada) de música, e pode reconhecer 8 milhões de músicas. Aproximadamente 3 mil novas obras são adicionadas todo dia.

David DeBusk, que era vice-presidente de desenvolvimento de negócios quando o conheci nesta primavera, mas que já deixou a BMI, se ofereceu para me mostrar como funciona o Blue Arrow. Um funcionário apertou algumas teclas para descobrir em que estação de rádio na Alemanha estava tocando “schlager music”, uma forma estranhamente brega de música caipira pop. Um toque no teclado e estávamos escutando ao vivo: Oom pah pah, oom pah pah, oom pah pah. Continuamos procurando todas as estações, em todo o mundo que tocavam death metal sueco. E se eu quisesse ver que estações tocavam músicas do compositor Milton Babbitt? E as estações de rádio no Laos?

Antigamente, as P.R.O.s se baseavam principalmente nas planilhas de execução das estações de rádio e nos *cue-sheets*⁵ das emissoras de TV. Os *cue-sheets* eram bem precisos, listando cada obra que a emissora utilizava, mas as planilhas eram, na melhor das hipóteses, uma amostra, uma tentativa de rastrear o volume de obras que eram tocadas. Com o Blue Arrow, no entanto, é possível contar cada música tocada em uma amostra representativa de 400 esta-



“Nosso negócio não serve para acabar com as coisas novas.” Ele me conta. “Nosso negócio cria mercados. Nós não queremos que as pessoas NÃO usem música.”

ções de rádio por todo o país. Sob o sistema antigo, os autores de *hits* tendiam a dominar o mecanismo de arrecadação e distribuição de *royalties*. Agora, a “cauda longa” deve ser remunerada mais efetivamente: autores com *hits* menores, mais antigos, músicas tocadas aqui e ali.

Quando DeBusk e seu time começaram a ouvir o mundo pelos ouvidos do Blue Arrow, uma coisa notada foi o número de execuções “que não são música”. Todo mundo sabe que o rap conta com o uso de música sampleada, algumas das quais deveriam ser pagas, mas não são. O que surpreendeu DeBusk foi como era comum o uso de música protegida sem

pagamento em *jingles*, como vinhetas identificadas da estação e música de fundo. DeBusk mostrou uma tela detalhando uma lista de “não-músicas” com nomes genéricos como “Graceful Power” e “Happy Days”. Estas composições, disse ele, são conhecidas como “música de produção”, escritas para comerciais, vinhetas ou para documentários de TV, e então, são vendidas para bibliotecas de música. Se os produtores estão procurando por algo que soe um pouco como boogie woogie ou bebop, eles vão à biblioteca, ouvem algumas amostras e compram uma.

Com um clique do Blue Arrow descobrimos que “Happy Songs” foi transmitida em cinco ocasiões diferentes naquela manhã em emissoras do Sudeste. Com outro clique descobrimos que foi usada em um comercial para a margarina Country Crock. Mais um clique localizou a sua fonte: uma biblioteca de música em Atlanta. Com apenas mais algumas tecladas, e você saberia se a biblioteca recebeu sua tarifa.

Foi uma fantástica (ou assustadora) visão do futuro: um mundo onde, se pode ser rastreado – na TV, no YouTube, na China – será cobrado. Lawrence Lessig, um professor de Direito de Harvard conhecido por sua posição contra o que ele vê como uma super-expansão da lei de *copyright*, não é contra a BMI ser paga por sua parcela justa, mas preocupa-se com os desdobramentos criados pelas novas tecnologias. “Se a tecnologia cria maneiras eficientes de cobrar usuários comerciais de música, isso é bom,” me disse ele recentemente, “mas o que eu temo é que isso evolua para uma cultura de permissão, em que cada mínimo uso de música cria uma obrigação de pagamento. Eu gostaria que esta linha limite fosse clara com a exploração comercial – se você tem uma boate, se você usar a música em um filme. O autor tem o direito de ser remunerado por isso. Mas eu não acredito que este direito deve ser interpretado como o direito de controlar se o meu filho usa a música para uma colagem que ele fez para a escola sobre a viagem à Costa Rica!” Os amigos com quem conversei tiveram uma reação parecida. Para começar eles disseram: “Nossa! Parece até um Big Brother.” Quando mencionei isso a DeBusk, ele deu um sorriso sinistro e disse: “É. Bem. Estamos aqui para ajudar.”

Na estrada, em Arizona, Devon Baker prepara-se para chegar em Aguila. Parecendo mais um posto avançado do que uma cidade, Aguila abrangia pouco mais que um posto de gasolina, um bar que servia trabalhadores mexicanos das fazendas, um pequeno mercado e um hotel de beira de estrada. Quando Baker chegou ao Coyote Flats, ela imediatamente esqueceu sobre as armas. (Por razões legais eu não pude testemunhar a negociação, mas ela me foi contada pelas duas partes envolvidas.) O bar era um tipo de lugar meio caipira, coberto de pixações, com uma mesa de bilhar e um café logo ao lado. A proprietária, Dorene Ross, estava pronta para Baker. A maior parte dos proprietários dos locais, diz Baker, não está. Ross, contou-me Baker, parecia nervosa, mas doce. Ela convidou Baker a se sentar.

Dorene Ross tem 47 anos. Nos últimos 3 anos, ela gerencia o Coyote Flats Bar e Café com seu marido e um irmão que trabalha sem salário, apenas para manter-se ocupado. A clientela deles é composta normalmente pelos frequentadores de rodeios, americanos do Norte

e turistas atravessando o país no verão. Nos últimos 25 anos, no Arizona e no Alaska, onde ela morava até recentemente, Ross tinha trabalhado como *bartender* e garçone. Nunca, diz ela, tinha ouvido qualquer coisa sobre alguém pagando um centavo por direitos de música. “Eu realmente não sabia muito sobre tudo isso. Nunca nem pensei sobre isso.”

No último dia 15 de Abril - dia de impostos, lembrou ela com preocupação – ela recebeu a carta da BMI. A carta explicava como a lei americana funcionava. E também incluía um formulário que pedia para Ross indicar se tinha máquinas de karaokê, rádios e televisores no bar e qual era a frequência de uso, qual a frequência de música ao vivo e qual a sua capacidade de operação. Ross preencheu o formulário. Tanto pelas tvs. Tanto pelos aparelhos de CD. Tanto pela máquina de karaokê. Tanto pelo rádio. Ela descobriu que sua licença anual seria de 865 dólares por ano.

“Meu marido dizia: ‘Não vamos pagar isso!’” Divertia-se ela. “Dar dinheiro assim não está no topo da minha lista de prioridades.”

Não é difícil entender por que Ross, uma proprietária de um pequeno negócio que opera em área rural durante a recessão, está relutante em assumir mais um custo fixo. Seu seguro custa 400 dólares por mês, a eletricidade, 2 mil, a hipoteca, 2,5 mil. A folha de pagamento é de 2 mil dólares por semana, as taxas da propriedade são 2,5 mil por ano e a licença para vender bebida alcoólica, 585. Some a isso as taxas federais e estaduais e a permissão do departamento de saúde. “Está ficando difícil para os pequenos atuarem. Já quase não consigo com as coisas como estão.” Em sua última revisão do conselho de bebidas alcoólicas, ela ouviu que mais de 200 restaurantes no Condado de Maricopa não renovaram suas licenças por conta da recessão econômica. Todo mês, disse Ross, ela tinha sorte de conseguir tirar 2 mil dólares. Mas por causa dos seus problemas de rins e dos 600 dólares mensais de remédios, ela diz, “estou a ponto de jogar a toalha.”

Ela entendeu por que os músicos querem receber seu dinheiro, ela disse, mas não se sentiu muito empolgada em pagar a sua parte. Além disso, como alguém pode saber se os compositores realmente receberam seu dinheiro? Como ela poderia saber que isso não era algum tipo de ‘esquema’?

Quando Devon Baker ligou para marcar a visita, Ross foi pega de surpresa. Ela esperava que Baker gritaria com ela dizendo: “Você está muito atrasada! Você já tem os papéis há 2 meses!” Em vez disso, chegou a Baker com seu grande sorriso e cabelos macios. “Eu não esperava uma garota fofa do Tennessee com um sotaque do Sul.”

Baker aceitou o convite de Ross e sentou-se com ela e seu cachorrinho da raça *pug*, Frank. Foi retirada a folha de cheques. “Eu vi que ela tinha pouco dinheiro,” Baker me contou mais tarde. “Eu vi que foi difícil para ela liberar o dinheiro. Mas eu também sei que a música a ajuda nos negócios. Senão ela não usaria. Ambas sabemos que ela estava fazendo a coisa certa.”

Ross continuou com sua papelada. Ela já tinha pensado nisso. São 16 dólares por semana. Ela poderia arcar com isso, pensou. “Eu não queria dar o dinheiro. Mas eu sabia que tinha que fazê-lo.”

⁵O *cue-sheet* é o documento que identifica as obras musicais incluídas em audiovisuais.

John Bowe é um escritor colaborador para a revista de domingo. Seu artigo mais recente foi sobre a Octomom. Ele é editor de: “Us: Americans Talk About Love.” Tradução Elisa Eisenlohr