Cultura, Tecnologia

A guerra no mercado de música digital

Advogado de estrelas como Rihanna e Jay Z, Miles Cooley vê o sistema tradicional de monetização da música desmoronar e se preocupa: "prevejo muitas brigas"

Por **Isabela Izidro** 26 jul 2017, 11h41

Miles Cooley //Divulgação

Considerado hoje um dos advogados mais cobiçados da indústria do entretenimento, o norte-americano Miles Cooley fez sua reputação ao representar no tribunal artistas mundialmente renomados, como Rihanna, Jay-Z, 50 cent e Lenny Kravitz. Neste ano, ao lado de sua esposa brasileira, a produtora Cláudia, e seu filho, o pequeno Enzo, visitou o Brasil e aproveitou o tempo no país para encontrar-se com alguns clientes e colocar em prática seu projeto de representar brasileiros que pretendem seguir suas carreiras nos Estados Unidos. Em entrevista exclusiva à VEJA, falou um pouco sobre o mercado digital de música nos Estados Unidos e o impacto dos serviços de streaming nas finanças de seus clientes.

Seu cliente, o rapper Jay-Z, tirou toda a sua discografia dos serviços de streaming existentes e criou o seu próprio, o Tidal. Qual a diferença?
Jay-Z estava extremamente insatisfeito com os repasses que recebia. Criou o Tidal com a intenção de dar aos artistas mais controle sobre a distribuição digital de sua música. A adesão de fenômenos como a mulher dele, Beyoncé, e também Rihanna, Kanye West e Taylor Swift (que não são exclusivos, mas lançam primeiro no Tidal), tem menos a ver com ganhar dinheiro e mais com união e conscientização. Minha preocupação aqui é com os novos, os que estão entrando no mercado. Jay-Z pode dizer "dane-se o Spotify", mas quem vai divulgar quem ainda não é conhecido?

Qual a repercussão que serviços como Spotify e YouTube, que fornecem música de graça ou quase, está tendo no seu ramo de negócio?
Trata-se de um mundo completamente novo e até agora ninguém conseguiu achar uma maneira de ganhar dinheiro com ele. Nos contratos tradicionais, as gravadoras faturavam com a venda de CDs e os artistas recebiam um percentual sobre cada unidade vendida, bem como uma quantia cada vez que a obra fosse executada, a título de direito autoral. Agora que a música migrou para as plataformas digitais, todo esse sistema de regras está desmoronando. Nós que atuamos em nome dos artistas ainda estamos tentando entender como negociar e fazer acordos que os favoreçam.

As regras estão mudando?
Muito lentamente. Nos Estados Unidos, os artistas sempre reclamaram muito das gravadoras. O mercado digital exacerbou o conflito. As gravadoras ainda insistem no formato antiquado de se fazer e vender música, onde o percentual delas é altíssimo e a participação do artista, cada vez menor. E o pior é que, como as vendas de CDs não param de cair, elas estão apelando para os "contratos 360 graus", em que abocanham uma parte de todas as arrecadações, seja com publicidade, merchandising, divulgação ou show. Sua intenção é manter o controle sobre os músicos e o mercado. Meu trabalho é impedir que isso aconteça.

A produção musical já não depende mais das gravadoras. A distribuição também não. Elas caminham para a extinção?
Seu papel está diminuindo, sem dúvida, mas não imagino um mundo sem elas. É verdade que qualquer artista pode colocar suas músicas na internet, mas elas têm que ser ouvidas, conhecidas. O público precisa saber que existem, chegar a elas. Para isso, o marketing e as rádios ainda são essenciais. É aí que entram as gravadoras. Hoje em dia elas são responsáveis principalmente por promover o artista e sua obra.

Como o senhor vê o futuro?
Acho possível que serviços de streaming, como o Spotify, resolvam assumir o controle de todas as etapas da indústria musical e exercer o papel das gravadoras, passando a controlar a produção, promoção e distribuição. Mas o contrário também pode acontecer: as gravadoras decidem ter suas próprias plataformas digitais. Neste cenário de guerra, tudo é possível, inclusive não haver guerra nenhuma. Quem disse que Spotify e Universal não podem se unir algum dia?

O senhor já pegou alguma causa envolvendo serviços de streaming?
Ainda não, mas sei que vai acontecer. O streaming move o dinheiro no mercado musical de hoje. Isso ainda vai dar muita briga.

Copyright © Abril Mídia S A. Todos os direitos reservados.