

Indústria fonográfica: "Mim gosta ganhar dinheiro."

"Mim quer tocar. Mim gosta ganhar dinheiro."

Roger Rocha Moreira,
Ultraje A Rigor

MÚSICOS E PRODUTORES musicais brasileiros de atuação regional começam lentamente a assimilar o paradigma industrial. Começa a ser mais ceita a idéia de que a pequena ou média gravadora não é independente, mas uma empresa, uma indústria como outra qualquer. Inovação estética e mercado fonográfico não são coisas excludentes. O músico que produz o seu próprio disco é também empresário, um industrial da cultura, por mais conflitos ideológicos que tenha com este conceito. Gravar um disco não é difícil. Complicado é divulgar e vender.

Músicos brasileiros costumam posicionar-se no papel de vítimas de um sistema industrial *perverso* que não lhes deixa divulgar sua música. Este papel passivo parece servir bem a muita gente que resiste a administrar sua carreira, sua criação, e a circulação de suas obras. Evidentemente estas pessoas não conseguem uma justa remuneração por seu trabalho. Ocupariam melhor seu tempo se preparando para ser bons empresários - que fazem falta ao Brasil em todos os setores da economia. Quem se concebe como vítima, agente passivo, dificilmente conseguirá seus objetivos. Aliás, muitas vezes na verdade nem tem objetivos. Há muito espaço a ser ocupado na indústria fonográfica regional brasileira. Mudar o atual quadro porém requer disposição para trabalho árduo.

Carlos Eduardo Miranda, dez anos atrás era um dos *maiores agitadores culturais* (ele detesta esta denominação) de Porto Alegre. Hoje, morando em São Paulo é um empresário com carreira ascendente na indústria do disco no Brasil, dono de um selo que lança bandas de rock e artistas nada orto-

Militão Ricardo

Mestre em Comunicação, PUCRS
Professor da FAMECOS/PUCRS

doxos para os padrões atuais da grande indústria fonográfica. Ele está abrindo sua segunda empresa fonográfica. Seu segredo? Não há segredo:

"Eu tinha um objetivo: montar uma empresa e lançar os discos que as grandes gravadoras não tem coragem de lançar."¹

Hoje, alguns anos após ter chegado em São Paulo sem dinheiro para comer, ele, com sua experiência artístico-industrial, é dono do seu próprio selo e também um nome respeitado no mercado fonográfico. Miranda não está preocupado em atender o gosto médio do mercado. Ele vai lançar os trabalhos que acha que devem ser lançados porque são trabalhos interessantes. Desta forma ele já lançou Raimundos e Virguloides que venderam muitos discos e sustentam os lançamentos de bandas na qual ele acredita, como Maria do Relento e Mundo Livre S. A. Como ele chegou lá?

"Eu tinha um objetivo: montar a minha empresa."

Segundo ele, muitos músicos não tem este objetivo e ficam reclamando à toa, quando na verdade não tem intenção de ir a lugar nenhum:

"Muita gente prefere ir à secretaria de Cultura (de sua cidade ou do estado) com o pires na mão, pedir recursos para gravar um disco. Aí gravam o disco e depois não sabem o que fazer como disco debaixo do braço, como se o processo se encerrasse com a produção do disco".

O processo da arte, industrial ou artesanal, só se encerra quando o ouvinte coloca o CD no aparelho e o som enche os seus ouvidos e ilumina sua alma. Ou seja: o disco sai da fábrica e tem que ser comprado pelo público. Para ser comprado tem que antes ser vendido: divulgado, tocado nas rádios,

anunciado, oferecido ao seu público, seja lá qual for, e colocado nas prateleiras das lojas. Isto dá trabalho. E se dá trabalho pode gerar empregos. Nos Estados Unidos a indústria do cinema e do disco juntas produzem mais riqueza que a indústria fonográfica. Não é à toa que os americanos hoje exportam fábricas de carros. Eles preferem produzir e exportar filmes e discos em seu país, pois dá mais dinheiro, gera mais empregos e polui menos.

Um dos maiores empecilhos ao crescimento das pequenas gravadoras no Brasil é a falta de espaço para a divulgação da música nas emissoras de rádio, a falta de diversidade musical nas programações. Existe uma ação muito forte das grandes gravadoras para ocupar todo o espaço possível na programação das emissoras de rádio. O resultado da ação profissional (porém as vezes não muito ética) destas empresas é que poucas músicas tocam centenas de vezes. Certos procedimentos, como o *jabá*, o pagamento explícito ou implícito de quantias ou a troca de favores para obter a veiculação de músicas, nas emissoras de rádio no Brasil, merecia ser examinado mais profundamente à luz da ética ou mesmo da legislação criminal. O predomínio de políticos e religiosos no controle das emissoras de rádio no Brasil também não colabora para a oxigenação do espectro sonoro das emissoras brasileiras. Muitos interesses pouco éticos se entrecruzam. Não vamos nos estender mais neste assunto, mas é verdade que um dos pontos nevrálgicos para uma empresa fonográfica de qualquer tamanho é obter espaço na programação das emissoras de rádio. O *jabá* realmente conspira contra a diversidade cultural e contra a pequena e média empresa fonográfica brasileira.

Porém olhando por outro ângulo da questão, este predomínio das grandes corporações nas emissoras e nas lojas também é facilitado pelo despreparo da maioria dos músicos em relação à questão gerencial, in-

dustrial e comercial, fruto de seu próprio preconceito e de seu pensamento *pequeno*. É chamado músico independente no Brasil aquele que produz e vende seu disco por sua própria iniciativa. Na verdade, como observa Clodomir Ferreira,² o produtor que se auto-intitula *independente* no Brasil utiliza o mesmo processo de produção artística, fabricação industrial, divulgação e venda da grande gravadora multinacional. O método de trabalho e os equipamentos são os mesmos. Ainda segundo Ferreira, *alternativo* seria o artista que produzisse e distribuisse seu trabalho por meios diferentes, o que não ocorre no país. Então na verdade os artistas e gravadoras que se intitulam independentes no Brasil são na verdade micro, pequenas e médias empresas. A denominação independente parece que serve como uma salvaguarda ideológica para que estes personagens não se enxerguem como integrantes um sistema capitalista. É a velha estória, o velho jargão: "Eu não tenho nada a ver com isto que está aí!"

Assim não se sente culpa em *entregar o ouro aos bandidos*, em atuar de forma passiva. Não se percebe que deixando de praticar um capitalismo sadio, com uma distribuição de renda decente, se deixa o espaço livre para a atuação daqueles que aviltam o músico brasileiro.

É preciso *desideologizar* a questão do processo industrial da fabricação e venda de discos. A ironia que o governador do Rio Grande do Sul, Antonio Britto, utilizou numa recente entrevista serve de alguma maneira para ilustrar a questão:

"O fax e o computador não são ideológicos."³

Usar a tecnologia e técnicas adequadas de gerenciamento, publicidade e vendas não vai mudar o conteúdo da música, se ela foi criada com espontaneidade. O socialismo foi um grande impulsionador de processos

de industrialização nos locais onde foi implantado. A industrialização permitiria fornecer bens para todas as pessoas. Inclusive discos. Porque então criticar, baseado em ideologias socialistas, a indústria fonográfica e a indústria do entretenimento? Questões estéticas? A quantidade acaba com a qualidade? Não é verdade. O processo de criação e gravação musical é sempre artesanal, mesmo usando moderna tecnologia. E por acaso nos Estados socialistas não surgiu o "realismo socialista",⁴ que sufocou a liberdade estética tanto quanto a ganância das grandes gravadoras capitalistas as vezes sufoca? É preciso ter cuidado para não transformar o saudável debate sobre conteúdo e forma musical em uma ditadura do gosto de alguns intelectuais. Não é fácil conviver com a diversidade cultural. Mas é extremamente necessário.

Que opções um músico tem hoje? Enfrentar despreparado a competição do mercado de massa, das grandes gravadoras, atuar num mercado regional mal estruturado, passar o pires na prefeitura e torcer para que uma comissão de notáveis determine o que é esteticamente merecedor do subsídio público para registrar fonograficamente uma obra, ou fortalecer este mercado, atuando por conta própria e bem preparado no mercado capitalista,⁵ tendo que juntar recursos (materiais e intelectuais) próprios para ser o dono do seu próprio negócio?

Enquanto pessoas de bem, músicos e produtores talentosos continuarem a se enxergar pequenos e ficarem apenas a se queixar estarão deixando o mercado entregue às companhias com menos escrúpulos. Talvez uma saída seja assimilar o paradigma industrial da cultura, refletir melhor sobre o perigo da ditadura estética, da patrulha ideológica, tornar o mercado fonográfico mais sadio através do combate ao *jabá* e do uso das novas tecnologias de divulgação - rádios-piratas, comunitárias e a Internet - e se preparar para assumir a condição de pequenos e médios empresários do setor fo-

nográfico regional. Mesmo que isto signifique deixar o instrumento musical uma ou duas horas de lado para estudar administração de empresas. Talvez seja a hora de frequentar os cursos do SEBRAE e de bater às portas da Secretaria de Indústria e Comércio exigindo linhas de crédito para uma indústria promissora. Não de procurar a Secretaria da Cultura com o pires na mão. Este talvez seja o preço da liberdade de criação e de um retorno financeiro decente e merecido.

Notas

- 1 Miranda, Carlos Eduardo. Depoimento prestado em debate realizado em Canela, RS, durante a 1ª *Expomúsica do Mercosul*, em 30/4/98.
- 2 Ferreira, Clodomir. "O Disco Independente: Entre o Zen e a Flor Marginal". *Revista Ton Ton*, edição de Abril de 1994. Brasília, Taba Comunicação, p. 9. Clodomir é músico, compositor, produtor, professor da Universidade de Brasília e Mestre em Comunicação Social. Já teve discos lançados por grandes gravadoras e também os produziu por iniciativa própria.
- 3 Otramari, Alexandre. "FHC Tem Que Mudar". Entrevista do Governador do RS, Antônio Brito. *Veja*, edição no. 1545, de 06/06/1998. São Paulo, Abril, Cultural, p. 11.
- 4 Realismo socialista: escola estética de artes, notadamente de pintura, que surgiu na União Soviética na década de 30, quando os artistas foram obrigados a trabalhar dentro de uma série de normas de construção do objeto artístico que condenavam as experimentações com a forma e com uma temática central: a exaltação do trabalhador socialista. Na verdade este trabalhador era idealizado. É uma idealização não é necessariamente *realismo*. Por isso criou-se uma ditadura estética regida pelos donos do poder naquele estado: os políticos e burocratas do partido. Liberdade de expressão não houve.
- 5 É bom lembrar que no socialismo o mercado não deixou de existir; foi porém fortemente controlado pelo estado. O processo de troca existe desde a aurora da humanidade.

Referências

- FERREIRA, Clodomir Souza. "O Disco Independente: Entre o Zen e a Flor Marginal". *Revista Ton Ton*, edição de Abril de 1994. Brasília, Taba Comunicação, p. 9.
- FERREIRA, Clodomir Souza. *Uma Gota: Assim A Chuva Começa. Estudos de casos de produção de discos independentes em Brasília*. Dissertação (Mestrado). Brasília: Universidade de Brasília, 1991 (cópia xerográfica).
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX: O Espírito do Tempo*. Rio de Janeiro, Forense, 1967.
- MORIN, Edgar; Kern Anne Brigitte. *Terra Pátria*. Porto Alegre, Sulina, 1995.
- OTRAMARI, Alexandre. "FHC Tem Que Mudar". Entrevista do Governador do RS, Antônio Brito. *Veja*, edição n° 1545, de 06/06/1998. São Paulo, Abril, Cultural, p. 11.
- RICARDO, Militão. *Disco para ser tocado tem que decolar...: um estudo sobre comunicação de massa e a indústria fonográfica*. Dissertação (mestrado). Porto Alegre. Pontifícia Universidade Católica do RS, 1997 (cópia xerográfica).
- RICARDO, Militão. Depoimentos colhidos em debates da 1ª *Expomúsica do Mercosul*. Canela, RS, em 29 e 30 de abril e 1, 2 e 3 de maio de 1998.