



As webrádios como espaço de difusão da música independente¹

Marina Clara Soares COSTA²

Esdras MARCHEZAN³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, RN

RESUMO

Este artigo irá analisar como as webrádios utilizam a música independente brasileira. Através da relação entre a música e o rádio será vista em que momento as rádios passaram a utilizar a música como elemento comercial. A partir disso será visto como os veículos de radiodifusão inserem músicas livres, que não são pagas para serem veiculadas, em sua programação diária. Com o conteúdo disponível na internet para *download*, os artistas passam a acreditar no mundo online para divulgar o seu trabalho. As webrádios em certo momento são uma válvula de escape para ajudar nessa divulgação. Baseado nesses pontos, o texto apresentará como as rádios na internet ajudam na divulgação da música independente.

PALAVRAS-CHAVE: música; internet; independente; comunicação.

Introdução

A web rádio surge como mais um passo de revolução tecnológica no âmbito da comunicação. Com esse novo formato de rádio na internet, surgiu um novo formato de programação também aderindo novas mídias para interação com o seu público. Analisando as web rádios disponíveis na internet, podemos ver a diversidade dos segmentos e formatos de programação. Existem as que só tocam músicas de um determinado estilo, outras que aderem a todos os estilos de acordo com o gosto do ouvinte, podcasts, informativas e outras infinitudes de gêneros.

O consumo da música na internet muda a forma de chegar até ouvintes, de acordo com a autora Rose Marie Santini (2011), “A música na era na Internet vive profundas mutações nos meios e processos de difusão. As novas tecnologias digitais possibilitam novas formas de disseminação dos sons musicais”. Uma dessas formas de disseminação dos sons musicais podemos dizer que se encontra no rádio, e através do advento da internet, é encontrada com mais facilidade nas webrádios.

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Estudante de graduação do 6º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Radialismo, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, email: marina.clarah@hotmail.com

³ Professor Assistente II do Curso de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Mestre em Literatura e Interculturalidade, email: esdrasmarchezan@gmail.com



Através do surgimento desse meio e o advento do mesmo, a facilidade no acesso a música foi tomando o espaço através de downloads de faixas musicais e até discos completos. Com essa liberdade e facilidade de transmissão de conteúdo na internet, o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), passou a representar os intérpretes que divulgam seus trabalhos na internet, e defender os direitos autorais dos artistas obrigando as rádios a pagarem os direitos da execução diária de músicas exibidas em sua programação. Porém, cabe ao artista o direito de autorizar ou proibir a veiculação gratuita. Rosie Marie Santini comenta sobre essa distribuição na internet:

“A Internet permite transformar a música em arquivo digital virtual e cria uma aldeia global sonora. O download de arquivos da Internet é processo inovador de difusão e de consumo de música nas sociedades atuais. Este download pode ser troca entre amigos ou comércio eletrônico. A disseminação instantânea reduz distâncias entre o músico e seu público.”
(2011, p. 114)

O mercado independente

A música independente pode ser definida como aquela produzida por artistas ou bandas que não tem nenhum vínculo com grandes gravadoras. De acordo com a Associação Brasileira de Música Independente, ABMI (ABMI in SEBRAE, 2008: p. 24):

“O mercado de música independente inclui todas as produtoras, cessionárias ou concessionárias de fonogramas que contenham interpretações ou execuções de obras musicais ou lítero-musicais de qualquer gênero e que, por difundirem, distribuírem e/ou comercializarem tais fonogramas (seja diretamente, seja via terceiros) podem ser consideradas selos, distribuidoras ou gravadoras independentes.”

Os artistas independentes acabam buscando e assumir as suas responsabilidades da carreira e ter autonomia para criar suas melodias e letras, para não ser subordinados a uma gravadora. Em meio a isto, assumem todo o processo produtivo, desde a gravação a distribuição da sua obra, assim, explorando novos meios de divulgação e de relação com o seu público através da internet.

O livre acesso à tecnologia acaba facilitando cada vez mais para os artistas independentes produzirem. Muitos aproveitam a internet para disponibilizar o disco



inteiro para download. De acordo com o Magalhães (2012), “Essa modificação na Indústria Musical trouxe a democratização da produção musical e da distribuição e o relacionamento com os consumidores. Por isso, o músico não precisa mais fazer parte da Indústria Musical para viver de sua arte”. Para Montenegro (2011), a questão é a seguinte:

“O advento da Internet substitui os espaços nas prateleiras por outros virtualmente infinitos. Os músicos podem promover seus trabalhos sem intermediários através da web e disponibilizá-los a um público mais amplo do que sua rede de relações reais. Os artistas não precisam passar pela intermediação industrial das gravadoras para chegar até suas platéias. Eles podem formar seus próprios públicos consumidores na Internet e os ouvintes aficionados os ajudam, repassando ou filtrando as músicas para seus amigos.” (2011, p. 12)

Essa relação de tecnologia e produção independente está ao alcance de todos os artistas, porém muitos em sua maioria preferem ter sua produção ligada a grandes produtoras. O que acontece com os músicos ligados a esse formato produtivo, é que além de utilizar a internet para disseminar sua obra de forma gratuita, também pagam uma espécie de cachê para mídia, mais conhecido como o “Jabá”.

ECAD e os direitos dos artistas independentes

De acordo com a Lei 9.610/98 é tornado obrigatório o repasse devido dos direitos autorais aos produtores dos quais divulgam suas composições musicais, como também aos seus intérpretes. O Art. 29 diz que “depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades”, incluindo, entre outras, a radiodifusão sonora e televisiva. “Previamente à realização da execução pública, o empresário deverá apresentar ao escritório central, prevista no Art. 99, a comprovação dos recolhimentos relativos aos direitos autorais”, completa o parágrafo 4º do art. 68.

O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) é o órgão responsável pelo recolhimento e representação desses direitos. De acordo com as leis dos direitos autorais, as rádios devem pagar mensalmente os direitos ao ECAD devido às execuções diárias de músicas em sua programação com base em uma tabela de preços que leva em consideração a potência dos transmissores, região, potencial



socioeconômico da região e a população abrangida pelo sinal do rádio. De acordo com Silva (2012):

“As sanções civis àqueles que transmitirem composições musicais sem o devido pagamento dos direitos autorais compreendem a suspensão da transmissão pela autoridade judicial competente, sem prejuízo da multa diária pelo descumprimento e das demais indenizações cabíveis, de acordo com o Art. 105, até o processo por danos morais ao autor e intérprete que deixaram de ter seus nomes ou pseudônimos devidamente anunciados ou indicados. Neste último caso, estarão ainda obrigados a informarem a identidade dos possuintes dos direitos autorais no mesmo horário em que tiver ocorrido a infração, por três dias consecutivos.” (2012, p.4)

Com a internet, os direitos autorais e a forma de divulgação passaram a ter mais facilidade de acesso, os novos artistas buscam através dessa ferramenta, disseminar cada vez mais o seu trabalho, mas os artistas que vem do tempo do vinil e até mesmo do CD resiste a essa liberdade de conteúdo no mundo online, assim como Prata (2007) cita:

“Muitos artistas consagrados tentam se precaver de todas as formas para evitar que suas músicas possam ser copiadas e divulgadas na web. É claro que existem os problemas, como esta questão do copyright, mas é inegável que a tradicional dobradinha rádio-música ganhou mais um parceiro, a internet.” (2007, p.9)

As webrádios como válvula de escape

As primeiras rádios brasileiras na internet surgiram em meio ao ano de 1998, trazendo consigo muitas das características de sua versão analógica. Com isso, surgiu um novo modelo de radiofônico com as inúmeras perspectivas e combinações que encontra ao adentrar na internet. (MAFRA, 2012, p. 3).

Com o surgimento das webrádios e a facilidade da tecnologia através da internet, começaram a surgir emissoras independentes, até mesmo caseiras. Algumas empresas on-line disponibilizaram para venda o *Streaming*, que é um sistema de transmissão simultânea de áudios para internet, onde todos ouvem ao mesmo tempo a mesma coisa, assim como as rádios normais. A venda deste serviço é de alcance para qualquer pessoa que tenha interesse de comprar e ter a sua rádio online para todo o mundo. A partir



disso, o universo online passou a ter variadas opções de estilos musicais. Sobre a segmentação de estilos, Prata (2007) defende:

“Na internet essa tendência à segmentação é ainda maior, com foco num público cada vez mais específico. O próprio modo de fazer rádio na web proporciona o surgimento de emissoras voltadas a nichos altamente seletivos, multiplicando o número de emissoras a tal ponto que cada pessoa pode montar o seu próprio arquivo de áudio, as chamadas “emissoras pessoais”.” (2007, p. 6)

Com essa ferramenta, os artistas independentes que divulgam seu trabalho através da internet, passaram a buscar as webrádios, pois é um veículo que está no mesmo ambiente da sua forma de divulgação. A busca dos produtores e intérpretes por esses meios de divulgação e dos proprietários das webrádios por esse material para acrescentar em sua programação, tem se estreitado cada vez mais por causa da facilidade de acesso através desse ambiente virtual. Com essa ajuda de divulgação e a busca pela mesma, as webrádios vão se moldando em um gênero novo que pode ser denominado de “emissora alternativa”. As rádios desde sempre foram um meio de divulgação dos artistas e com o advento da internet também não foi diferente, Nair Prata cita que:

“O advento da Internet substitui os espaços nas prateleiras por outros virtualmente infinitos. Os músicos podem promover seus trabalhos sem intermediários através da web e disponibilizá-los a um público mais amplo do que sua rede de relações reais. Os artistas não precisam passar pela intermediação industrial das gravadoras para chegar até suas platéias. Eles podem formar seus próprios públicos consumidores na Internet e os ouvintes aficionados os ajudam, repassando ou filtrando as músicas para seus amigos.” (PRATA, 2007, p.8)

Vibe Mossoró como exemplo

Em 2011, a cidade de Mossoró contava com uma webrádio que se denominava de “web rádio alternativa” e tocava justamente música de artistas independentes da cena local, regional e até nacional. De acordo com o seu fundador, Jairo Henrique, a webrádio surgiu a partir da necessidade de um veículo que tocasse músicas que fossem fora do contexto cultural da cidade. Com um grupo de amigos, um *streaming* foi adquirido e a Vibe Mossoró entrou no ar.



A proposta de levar música independente aos ouvintes ganhou o gosto dos internautas e despertou o interesse nos artistas locais. Bandas da cidade buscavam a rádio para divulgação de seu trabalho e em troca divulgavam a rádio para os seus fãs. Além da busca dos intérpretes para divulgação, a webrádio também buscava na internet novos artistas que procuravam meios para disseminar sua obra. A rádio ficou no ar durante 6 meses e tinha uma média mensal de 5000 acessos.

A Vibe Mossoró estava no mundo online não apenas através da transmissão de áudio, o site da webrádio contava com enquetes, colunas de entretenimento, notícias e até promoções. De acordo com Prata (2007),

O advento da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além do áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que ressignificam o velho invento de Marconi. (2007, p.89)

Essa nova forma de radiofonia atrai o internauta pelo fato de unir o entretenimento através da leitura, imagens, áudio e vídeo. O que diferencia um website de uma rádio e um simples portal de notícia é o botão de player na tela, (PRATA, Nair, 2007). Ou seja, a multimídia disponível nos sites da webrádios pode ser considerada uma forma de atrativo para buscar cada vez mais ouvintes e internautas.

CONSIDERAÇÕES

O surgimento da internet veio para facilitar nossa forma de se comunicar. Com isso, os meios de comunicação evoluíram de forma acelerada. A rádio que é um dos veículos mais eficientes ganhou mais um espaço para sua divulgação e com esse espaço foi surgindo mais um meio além do rádio com ondas hertzianas. O rádio na internet surgiu também de forma eficiente e foi ganhando novos formatos de programação, linguagem e até mesmo um novo público de ouvintes.

Podemos considerar que a web rádio é uma das ferramentas mais eficazes e de fácil acesso para os artistas independentes. Assim como eles, essas rádios também surgem de forma independente. O interesse de divulgação desses artistas na web e o interesse das rádios de buscar um novo formato, um novo público e um novo estilo,



acabam se fundindo e resultando em um novo formato de mídia para os disseminadores de cultura. A busca pelo novo acaba descobrindo um estilo que não é visto na mídia massiva.

REFERÊNCIAS

Janotti Jr, Jeder Silveira; Lima, Tatiana Rodrigues; Pires, Victor de Almeida Nobre. **Dez anos a mil: Mídia e música popular massiva em tempos de internet**. Porto Alegre. Simplíssimo, 2011.

MAFRA, Edilene. **A divulgação científica radiofônica em tempos de internet**: um estudo sobre as adaptações do Rádio com Ciência ao ambiente da *web*. In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, xxxv, 2012, Fortaleza - CE. p. 15.

MAGALHÃES, Kermesson. **Marketing Musical e a Internet na Cena Independente**: Lançamento do *Disco Samba 808* do Cantor e Compositor Wado. In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XIV, 2012, Recife - PE. p. 15.

MAGNONI, Antônio. **As Interfaces do Rádio na Era da Digitalização e Convergência**. In - In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, xxxv, 2012, Fortaleza - CE. p. 15.

MARTINS, M. P. Nair. **Webrádio**: Novos Gêneros, novas formas de interação. Ed. 1. Belo Horizonte: Faculdade de Letras - UFMG, 2008. P. 395.

MEDITSCH, Eduardo. **A Rádio na Era da Informação**. Coimbra: Minerva, 1999.
O que é streaming? Disponível em: <<http://www.slideshare.net/Sync/o-que-streaming-tutorial-web-radio>> acesso em: 13 de novembro de 2013.

SILVA, Allyson; NOBRE, Itamar. **Os Direitos Autorais nas Maiores Rádios FM de Natal**. In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, xxxv, 2012, Fortaleza - CE. p. 8.

PRATA, Nair. **Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio**. In - Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; V Congresso Nacional de História da Mídia, 2007, São Paulo - SP. p. 14.