

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 08 de setembro de 2023 às 08h04
Seleção de Notícias

Correio Braziliense | BR

Direitos Autorais

Ativação de marcas, ESG e música, tudo a ver 3

OPINIÃO CORREIO BRAZILIENSE | ISABEL AMORIM

Ativação de marcas, ESG e música, tudo a ver

OPINIÃO CORREIO BRAZILIENSE

Ativação de marcas, ESG e música, tudo a ver

-ISABEL AMORIM

Superintendente executiva do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad)

Investir na ativação da marca em festivais de música para aumentar a conexão do público com determinado produto ou serviço é uma estratégia conhecida e de sucesso no mundo do marketing. Um festival de música representa, para fãs, artistas, patrocinadores e marcas, muito mais do que uma agenda de shows. Nesses eventos, o público é convidado a viver uma experiência criativa e sensorial, num mundo mágico, único, onde produtos, oportunidades de negócio, prazer e entretenimento se intercalam.

As ações referentes à agenda ambiental, social e de governança- a badalada Environmental, Social and Governance, na tradução livre Ambiental, Social e Governança (ESG) vem transformando o ambiente corporativo, e seu impacto, nos dizem os especialistas, é de grande e de longo alcance. Discutir ESG, todos sabem, não é modinha. É coisa séria. E, de certo, uma ponte para o futuro.

Embora possa não parecer ter a dimensão dos tópicos anteriores, temos uma questão intrinsecamente ligada ao Social do ESG e de grande relevância a ser debatida por se tratar de ação responsável de empresas realizadoras desses eventos e de cumprimento da legislação brasileira: os **direitos** autorais que remuneram compositores e artistas que têm suas músicas tocadas em festivais. Como esse tema entra nessa agenda?

Penso que deveria entrar como regra a ser devidamente observada nos programas de patrocínio e parceria com promotores e organizadores de festivais de música, ou seja, como obrigação legal, vi-

sando o pagamento dos **direitos** autorais de execução pública para garantir a valorização de quem contribui para a diversidade musical e cultural do nosso país.

Com empresas e marcas focadas em reforçar o compromisso com a responsabilidade social, o investimento em cultura deveria ir além do entretenimento e ser visto como importante contribuição para o desenvolvimento social. Assim, o licenciamento musical obrigatório, por meio desse pagamento, deveria fazer parte das negociações entre marcas e organizadores de eventos. Afinal, não deveria haver espaço na indústria da música, ou em qualquer outro mercado, para quem não adota boas práticas quando o assunto é responsabilidade social.

Neste contexto, os **direitos** autorais poderiam realmente fazer parte do checklist de negociações de ativação de marca em festivais. Seria uma garantia para o cumprimento da Lei dos **Direitos** Autorais e o respeito à música, aos seus criadores e à cultura do país. Esse é um direito privado e não remunerar o criador é, no mínimo, não respeitar o que é ético, justo e legal. Compositores, como um dos atores principais em questão, não sobem aos palcos como os intérpretes e músicos, não são contemplados com os cachês musicais e os **direitos** autorais são a sua única fonte de renda em festivais e eventos.

Para promover esta prática e contribuir para sua efetivação, o Ecad criou um Selo de Reconhecimento, que é dado aos festivais que cumprem a Lei dos **Direitos** Autorais. Uma campanha nacional de conscientização sobre a importância dos **direitos** autorais já está em curso e, desta forma, marcas e patrocinadores terão como acompanhar os eventos que cumprem e estão de acordo com a legislação brasileira.

Embora ativação de marcas em festivais, práticas de ESG e pagamento de **direitos** autorais não estejam

Continuação: Ativação de marcas, ESG e música, tudo a ver

vinculadas diretamente, já que as patrocinadoras não são as responsáveis por esse licenciamento, essa relação não deveria ser desconsiderada em nenhuma hipótese. Digo mais. Já passou da hora de garantir e reconhecer o valor da música e dos seus criadores e o quanto os dois juntos são fundamentais para movimentar a indústria do entretenimento e a economia brasileira. Um exemplo disso foi a distribuição em **direitos** autorais que realizamos no ano passado de

R\$ 1,2 bilhão destinado a compositores e artistas, consequência de uma aproximação maior com o mercado e negociações com plataforma de streaming. A questão é que, sem os compositores, não teríamos a música, que, em última análise, é um produto tão importante para a indústria cultural e imprescindível para o investimento e ativação de marcas.

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais
3