

* GRAVADORAS

Carlos Coelho

■ Em 1988, era difícil achar quem desse bola para quatro garotos com um som sujo e esquisito vindos da pequena Aberdeen, próxima de Seattle, nos Estados Unidos. Dois empresários da música deram. Bruce Pavitt e Jonathan Poneman ofereceram 600 dólares para que o Nirvana gravasse seu primeiro disco pela pequena gravadora alternativa Sub Pop. Parece pouco, mas a grana desfalcou o caixa da empresa, que teve que adiar o lançamento de “Bleach” para 1989. Dois anos depois, agora como um trio, a banda assinou com a gigante Geffen e lançou “Nevermind”. Foram 10 milhões de cópias até hoje. O estouro alavancou, é claro, a venda do disco de estreia e, embora Kurt Cobain e companhia já estivessem em outra gravadora, os royalties por “Bleach” estufaram os bolsos dos dois garimpeiros do rock alternativo norte-americano. Agora, a Sub Pop era uma gravadora milionária e cult.

A história enche os olhos de Orlando Custódio, que está apostando à sua maneira em uma gravadora capaz de canalizar uma banda de impacto em solo curitibano. No mês passado, o empresário lançou sua Red Records, que tem escritórios em Curitiba e São Paulo e quer alavancar artistas locais ao patamar de grandes nomes nacionais.

“Tenho olhado mais para a Red Records como uma produtora de conteúdo. Claro que ela é uma gravadora, já que gravamos os artistas. Mas é também um selo, uma produtora de vídeo”, descreve. Seu trabalho é ajudar bandas a emplacarem. “Com todo este mundo de plataformas digitais, Spotify e tudo mais, você consegue escutar música do mundo inteiro na palma da mão. Mas para isso o artista precisa ter um material bom gravado, ter vídeo, ser relativamente conhecido. Ao mesmo tempo em que temos muita facilidade para que a música esteja em um canal de distribuição, tem várias outras nesse mesmo local”, pondera.

E esse é um dos segredos de seu negócio. O empresário pretende fazer a gestão das bandas como pequenas empresas, com estratégia de marketing e plano de negócios. “Queremos tornar a banda viral, fazendo shows, soltando o videoclipe, chamando a imprensa. Simplesmente

O garimpeiro curitibano

Músico e empresário, Orlando Custódio lança a gravadora Red Records e quer encontrar uma banda da cidade para estourar

Fotos: Marcelo Andrade/Gazeta do Povo

“Se estudar a linha do tempo [da música] na cidade, ali pelos anos 2000 Curitiba era chamada de ‘Seattle brasileira’”

Orlando Custódio, Red Records

jogar um trabalho nas plataformas e não impulsioná-lo, esperar pela busca orgânica, vai fazê-lo morrer logo”, adverte. Para isso, a Red Records busca músicos com o olhar tão empreendedor quanto artístico. “Tenho dois critérios. A banda tem que ser boa, ter aquela pegada, presença de palco, som bom; e o segundo é que eles estejam trabalhando em prol da causa. Não pode ser aquele pessoal que diz ‘poxa, a coisa está ruim’ e não faz nada. Se eu identifico que a banda está correndo para fazer uma gravação aqui ou ali, um videoclipe, me interessa”, diz.

“Veja a BraveHeart — uma das bandas assinadas. Tem várias músicas deles no Spotify, tem vários vídeos no YouTube. Quando os chamei para conversar, o vocalista, Marcel,

me disse que os vídeos foram feitos no iPhone. E a qualidade era boa. É uma banda que vale a pena a gente se esforçar, dar esse apoio”, diz.

•••

Aos 41 anos, pai de três filhos, Custódio conhece o sabor agridoce de ambos os lados da mesa. Ele é baterista de uma das bandas assinadas em sua gravadora, a ótima Secret Society. Sua história com a música começou com as raízes do grupo, ainda nos anos 1990, quando ainda se chamava Primal. Depois de um longo período parado, os três amigos se reuniram para tentar fazer as coisas acontecerem. “A Red Records gravou três singles da banda e está dando uma repercussão bacana”, diz o baterista.

Hoje, ele é mais experiente para trilhar o caminho certo. Graças a uma formação que passa longe do bumbo e pratos. Custódio leva uma vida bem sucedida de empresário fora da música. Ele é sócio de uma operação chinesa líder mundial em painéis de LED — foi a empresa que fez telões para o encerramento da Copa do Mundo da Rússia. É ele



do rock

quem negocia os produtos com toda a América Latina. Para ele, a música — desconsiderando o valor artístico — é um produto como um painel de luzes.

É essa posição de empresário e artista que o coloca em um bom patamar para tocar a gravadora. “A dificuldade do artista é essa aí. Pega o Sepultura, uma das bandas de rock pesado que estouraram no mundo. Se for conversar com o guitarrista [Andreas Kisser], ele é o empresário. A banda precisa do lado empresário”, diz. “Não dá mais para ser aquela história meio amadora: o artista entra no estúdio e bebe, sobe no palco doidão. Isso não cabe mais. Ter um estilo é uma coisa, mas o músico está vendendo uma arte”, defende.

•••
A visão de gerir profissionalmente músicos, óbvio, não é coisa nova. Está aí desde que a primeira gravadora surgiu. E a visão de se reinventar é o que as mantém viva desde então, ainda que a venda de discos físicos tenham despencado vertiginosamente do começo dos anos 2000 para cá. Verdade que

Para Orlando Custódio, a música - desconsiderando o valor artístico - é um produto como um painel de luzes.

muitas delas foram engolidas pelas ondas da música digital gratuita ou barata — em vez de se pagar R\$ 25 em um CD hoje, assina-se um serviço de streaming, com acesso a milhões de cds, por menos de R\$ 20. Mas as principais estão cada dia mais fortes e vivas nesse jogo.

Estima-se que as grandes gravadoras norte-americanas tenham comprado — um tanto na surdina — participações que giram entre 10% e 20% dos principais serviços de streaming e startups musicais no mundo, entre eles o Spotify e o Shazam. Elas conseguem valores vantajosos em troca de liberar seu acervo com cobranças mínimas para os aplicativos, uma condição fundamental em seu funcionamento. Segundo núme-

ros da Forbes, as três grandes gravadoras mundiais — Warner, Universal e Sony, conhecidas como “Big Three” — tenham conseguido, dessa forma, participação em serviços que juntos valem cerca de 3 bilhões de dólares.

Além da aposta no modelo e o dinheiro que vem da licença do acervo, as três grandes faturam um valor alto com os royalties por cada execução de uma música em um destes serviços — um valor dividido com o artista (não em porcentagens iguais, geralmente). E não apenas isso: elas faturam cifras bilionárias com a divulgação de artistas e produção de shows — os acordos 360. Talvez por isso, embora julgadas como mortas-vivas, as “Big Three” estejam se deliciando com os 15 bilhões de dólares que valem em conjunto.

•••
A Red Records ainda está bem longe dos números astronômicos das três grandes norte-americanas. Quando questiono como ele ganha dinheiro com sua gravadora, o empresário não esconde o sorriso. “Ganhar dinheiro é uma arte e o cara tem que ser um mágico”, brinca. A verdade é que sua fonte de receita vem do intermédio de shows — ele negocia com as casas e recebe parte da bilheteria ou pagamento. Mas é pouco. A grande aposta é no futuro, quase com um fundo de capital de risco que aposta em startups.

E Custódio leva fé na qualidade da capital. “Se estudar a linha do tempo [da música] na cidade, ali pelos anos 2000 Curitiba era chamada de ‘Seattle brasileira’ pela quantidade de artistas de rock que tinha na cidade [Seattle é o berço de bandas do grunge, estilo que imperou no mundo no início dos anos 1990]. E por que ninguém despontou assim tão fortemente?”, questiona. “Queremos encontrar uma banda do underground de Curitiba e fazer com que ela suba, cresça. Isso vai ser muito bom também para a cidade”, diz.

“O grande lance é se uma banda desponta”, defende. Por enquanto, ele segue na busca de seu Nirvana curitibano. ●



LEIA “POR QUE A BIBLIOTECA PÚBLICA É O ESPAÇO CULTURAL MAIS QUERIDO DE CURITIBA?” EM leia.gp/biblioteca-publica