

Relatório *Livro Branco*

A Música numa Economia de Reduzido Contacto.

2020, Ano Ibero-Americano da Música

Introdução

A XX Conferência Ibero-Americana de Ministras e Ministros da Cultura, realizada em Bogotá, Colômbia, em outubro de 2019, decidiu declarar 2020 como Ano Ibero-Americano da Música e instruiu a Secretaria-Geral Ibero-Americana, SEGIB, para que, a par dos Programas de Cooperação Cultural especializados, concebesse e desenvolvesse o seu plano de atividades.

Em fevereiro de 2020, na sede da SEGIB em Madrid, Espanha, teve lugar o lançamento do programa das atividades de comemoração, um evento que permitiu identificar a importância de refletir, debater e propor melhorias para um setor criativo e de produção de cultura.

O confinamento resultante da pandemia mundial, declarada em março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), modificou severamente a estrutura das relações da

Con el apoyo de:



indústria musical. O abrupto cancelamento de digressões, concertos e festivais em todo o mundo, bem como as restrições das viagens e das aglomerações públicas, atingiram com força o setor da música e serviços afins, cuja base do negócio assentava na reunião maciça de pessoas.

Esta não é a primeira crise da indústria musical; recordemos que depois do boom do CD em 1994 e do envolvimento das grandes redes criminosas da Ásia e da América Latina, devido à elevada rentabilidade da pirataria do formato físico, a chegada do MP3 desencadeou uma série de serviços para partilhar música sem se ter de pagar por ela, originando novas formas de consumo cultural e de pensamento por parte do público sobre o fenómeno de mais fácil acesso a conteúdos musicais.

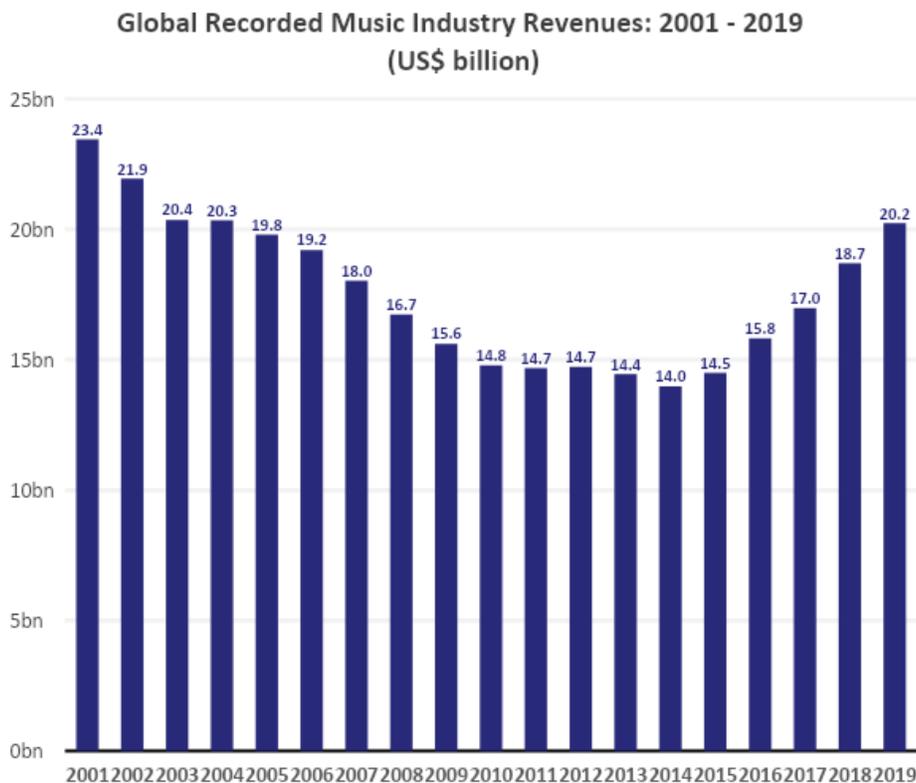
Neste panorama, o comportamento corporativo dos grandes selos das discográficas (situação que se documenta muito bem em *Appetite for Self Destruction, the spectacular crash of record industry in the Digital Age*, de Steve Knopper), acrescentou-se à complexa situação, favorecendo que pela primeira vez um produtor de computadores como a Apple entrasse no negócio da música com o iTunes, tornando-se num dos maiores distribuidores desse negócio no mercado da América do Norte. No entanto, a recuperação das receitas antes alcançadas pela indústria ainda estava longe. O modelo de download criado pelo gigante tecnológico não esclarecia o problema do desejo de acesso à música e do que significava possuir uma canção; isto gerou um espaço confuso onde o formato físico, o digital legal e a pirataria, continuaram a coexistir.

Tal levou o ecossistema musical a repensar o modelo baseado na música gravada que terminou por se apoiar na consolidação dos serviços digitais denominados “streaming”, onde as grandes discográficas decidiram envolver-se e tornar-se acionistas dos mais populares, como o Spotify.

O melhor ano da última década em termos de recuperação de receitas para a indústria, foi o de 2019, crescendo 8,2% mais do que em 2018 e ultrapassando de novo a barreira dos 20 mil milhões de dólares, um valor que não era atingido desde 2003. Este crescimento obteve-se graças ao aumento das subscrições das plataformas de streaming, a principal fonte de receitas do negócio baseado na música gravada, e que gerou 11,4 mil milhões de dólares de ganhos representando 56,1% das receitas totais da indústria.

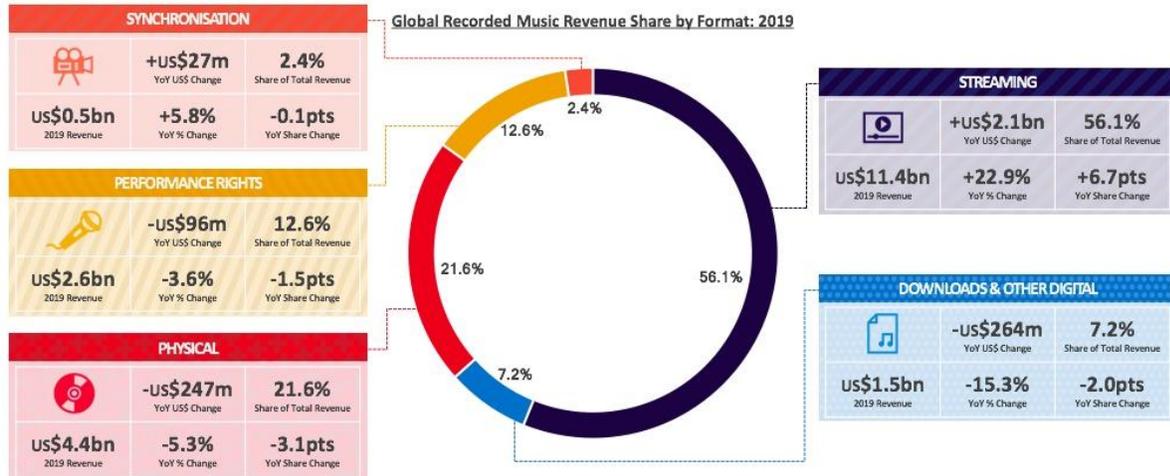
É importante salientar que os lucros deste setor se produzem com menores despesas, pois a tecnologia diminuiu os custos de produção, eliminou os custos de fabrico e modificou favoravelmente as despesas de distribuição, isto de acordo com as informações do Relatório

IFPI Global Music Report de 4 de maio de 2020, obtendo níveis de eficiência nunca antes vistos.



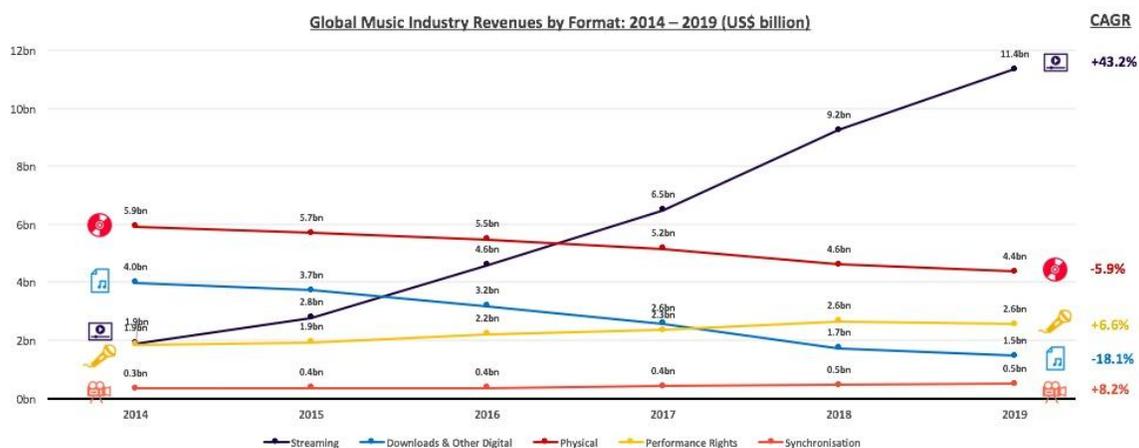
Fonte: Global Music Report, IFPI 2020

Mas o longo tempo que durou esta crise da música gravada, a partir do aparecimento do formato digital, também fez com que uma grande parte do valor de mercado se deslocasse para os concertos ao vivo, uma indústria com grande impacto económico que floresceu nos últimos 20 anos. Só em 2019, criou receitas próximas dos 39 mil milhões de dólares, quase o dobro da música gravada. Além disso, desenvolveu-se no meio de uma geração que colocava no centro do consumo as emoções e as experiências, o que prometia, conforme o Media Outlook da Price Water House Cooper 2018-2022, um crescimento sustentável para os 5 anos seguintes.



Fonte: Global Music Report, IFPI 2020

Este interessante deslocamento do valor para a música ao vivo, resultou no lucro direto dos artistas através de honorários pelas exibições e de receitas dos concertos por se tornar num importante canal de distribuição dos discos em diversos formatos, bem como de outros itens de mercadoria, gerando uma ligação mais direta com os admiradores. Além disso, a isto acrescentam-se as receitas por direitos de execução pública que, entre os 1,9 mil milhões de dólares gerados em 2014 e os 2,6 mil milhões de 2019, nos leva praticamente ao dobro. Relativamente a 2018, segundo o Relatório IFPI Global de 2020, o crescimento foi de 6,6%, o que criou um ambiente propício ao desenvolvimento de artistas tanto mainstream quanto independentes, fortalecendo nichos de mercado e afetando positivamente a diversidade musical.



Fonte: Global Music Report, IFPI 2020

Con el apoyo de:



A crise atual não só pôs em xeque a indústria, mas foi também um acelerador dos modelos de negócio digitais. Alguns relatórios mostram que, até agora, o grande vencedor é o comércio eletrônico, seguido dos serviços de subscrição, tais como o streaming, que cresceram 110% este ano relativamente a 2019, e esta é só a ponta do iceberg.

A emergência de outras plataformas, para além da possibilidade de receitas em ambientes digitais como os live streaming, a relação da música com os jogos de vídeo e as suas comunidades, e o uso do conteúdo do artista implementado pelo utilizador em plataformas como a *Tik Tok* ou os novos Reels do Instagram, são elementos que se estão a juntar a esta reconfiguração acelerada. Isto evidencia a necessidade e a importância da evolução dos Digital Services Providers (DSP) para uma cooperação mais próxima dos Digital Experience Providers (DEP).

Atualmente, a situação é que todas estas ferramentas e formas de interação entre a música e o utilizador oferecem grandes oportunidades à indústria mainstream, mas aumentam as clivagens para a comunidade independente e para as regiões em desenvolvimento, pois ao tornar a rede num campo global, configura-se uma repetição dos velhos modelos.

Segundo a Alpha Data, empresa que está por detrás das listas de popularidade da revista *Rolling Stone*, 90% das reproduções no Spotify são criadas por 10% dos artistas; esta informação foi confirmada na carta enviada pela companhia sueca (Anexo 1) aos investidores, onde se descreve o crescimento deste grupo top de artistas, que em 2018 eram 30.000 e que alcançaram os 43.000 em 2019.

Esta concentração, que apenas representa 1,4% dos artistas da plataforma, coloca outros desafios, tais como o da remuneração adequada dos criadores. Conforme os números apresentados pela empresa, 90% das reproduções que são geradas por artistas de fora deste grupo podem estar a produzir \$12 USD mensais, uma situação que as entidades reguladoras governamentais devem reexaminar, tal como já está a acontecer no Reino Unido.

Os momentos de crise são basilares: agora mesmo, está a configurar-se uma nova indústria da música baseada nos dados, na interatividade e no capital social das comunidades à volta dos artistas, de modo que já não se trata apenas de uma indústria em que intervêm os principais produtores de conteúdos, tais como os grandes selos e outros atores do mainstream, mas de

um complexo tecido de relações em que aparecem novos agentes relacionados com todos os processos de criação, produção, promoção e distribuição.

Neste ecossistema tão ativo, onde cada vez há mais artistas, devido, entre outras coisas, à diminuição dos custos dos meios de produção, acrescentam-se novos desafios marcados pela complexidade das relações com fãs e consumidores, os quais necessitam de mais atenção, interação e conteúdos.

A partir deste ponto de vista, é indispensável manter e aprofundar uma reflexão ibero-americana que permita identificar as lacunas da nossa região e do seu ecossistema musical sobre os modelos económicos propostos para esta nova reformulação da indústria. Isto, sem esquecer as perspetivas de futuro, inclusão, promoção da diversidade e inovação que se estão a colocar na nossa região, com vista a favorecer um ambiente no qual os setores público e privado possam criar os espaços adequados para que estas oportunidades tenham a possibilidade de crescer e de se desenvolverem.

Âmbitos de trabalho

Perante esta perspetiva e dinamismo, uma reflexão apenas centrada na indústria ou na digitalização do negócio, seria insuficiente para as necessidades e desafios do ecossistema. É importante identificar as lacunas e, a partir da reflexão, detetar quais podem ser os projetos públicos e institucionais que apoiem o setor durante esta crise sem precedentes. A maneira como a interação dos criadores com as grandes empresas de conteúdos como a Google, Amazon, Facebook, Apple e as que se encontram noutras latitudes como a Bytedance ou a Tencent, pode representar oportunidades para a distribuição e monetização dos conteúdos e das inovações próprias da região e que estruturas são necessárias nesta região para criar políticas públicas que permitam o desenvolvimento de um ambiente musical saudável.

1. Contexto económico

Recolha de Dados da Indústria Musical da Ibero-América

O primeiro desafio com que o setor se depara para a criação de documentos da indústria musical, é a recolha de dados económicos, de receitas e de impacto, já que não conta com fontes fiáveis. As novas economias e tendências identificadas na gestão da indústria musical, mostraram-nos a importância dos dados para o diagnóstico, identificação de oportunidades e tomada de decisões.

A grande informalidade que se vive no setor musical, afeta invariavelmente a recompilação e sistematização de informações atualizadas e eficientes. Algumas das revelações mais evidentes da pandemia, foram a precariedade laboral, a pouca compreensão e atualização das obrigações fiscais e a falta de informações de entidades, tais como as sociedades de direitos de autor.

A grande maioria das informações disponíveis sobre a região são produzida por associações como a Federação Internacional da Indústria Fonográfica, IFPI, que contratam empresas de medição e que, devido às suas atividades, apenas apresentam dados sobre música gravada que, atualmente, em resultado da migração para o ambiente digital, melhoraram os seus sistemas de recolha de informações.

A dívida mantém-se para a indústria musical ao vivo, que continua à espera de medições de impacto ou de dimensionar o seu tamanho relativamente aos concertos e aos festivais da região. É necessário perguntar onde estão os dados do setor musical, como se estão a recolher e quais são as melhores práticas para criar sistemas que proporcionem aos governos e ao setor privado, informações atualizadas e constantes sobre o setor.

Consumo e Impacto Económico dos Modelos Digitais.

A Ibero-América é uma das regiões com maior consumo digital, com o Brasil e o México nos lugares cimeiros das redes sociais e em streaming, mas, numa primeira observação, esta força apenas se concentra nas principais capitais. Isto muito embora a fratura digital nos tempos que correm tenha diminuído e o que antes se considerava um serviço de acesso limitado se tenha transformado numa necessidade primordial na economia de baixo contacto, tendo inclusivamente sido decretado como acesso de primeira necessidade na República.

Os desafios e as possibilidades para o setor na Ibero-América quase não se vislumbram; podemos considerar como um primeiro grande impacto, as plataformas de Live Streaming acompanhadas pela necessidade de encontrar novas formas de monetização nos ambientes

digitais, tais as aulas via plataforma digital, concertos privados, canções personalizadas, campanhas de mecenato e, nalguns casos, a criação de jogos de vídeo.

É difícil compreender o modelo da era digital na nossa região, já que em alguns países este conteúdo se encontra fora do alcance popular, o que favorece a circulação física como, por exemplo, das memórias USB. Que poderemos aprender com os modelos de distribuição e circulação que continuam a crescer entre os públicos das músicas locais de países como o México com o Regional Mexicano, Argentina com a Cumbia Villera e o Tecnobrega do Brasil?

Fluxo e distribuição do Dinheiro na Indústria Musical Ibero-Americana

Na nossa região, uma grande parte do catálogo musical produtivo, em termos económicos, está nas mãos das transnacionais da indústria discográfica e do publishing, criando uma grande parte dos serviços fora do nosso território e permitindo que sejam estas empresas as que podem obter melhores acordos com as empresas de streaming, marcando uma grande diferença com os acordos propostos para a indústria independente. Por outro lado, as sociedades de gestão dos direitos de autor, apresentam problemas graves nos sistemas de distribuição e recolha, com desafios significativos na transparência e eficiência.

A análise de como o dinheiro da cadeia de valores da indústria musical está a chegar aos criadores, pode ajudar-nos a identificar lacunas, barreiras e ineficiências no sistema e, portanto, possíveis soluções para aumentar a transparência e acelerar as transações. É necessário pensar que um dos principais problemas dos criadores é a falta de conhecimento das fontes de rendimento, tais como os direitos de autor, segundo se pode entender por parte do setor, o que provocou que apenas uma pequena percentagem dos ganhos da música gravada chegue às suas mãos.

2. Contexto Político

Tendo início com uma rápida reação da Alemanha e França, que declararam a cultura como um bem de primeira necessidade, outros países do mundo estão a tentar estabelecer os eixos para dar resposta ao setor cultural que se encontra particularmente afetado pelo confinamento. Depois de analisar uma infinidade de documentos a nível mundial, a Organização Mundial da Saúde (OMS) expôs os benefícios da música e das artes para a melhoria da saúde a partir de

diferentes áreas; muitos outros estudos confirmam a importância da música para o desenvolvimento humano.

No entanto, os países que enfrentam desafios complexos devido aos seus índices de pobreza e desigualdade social, adiaram a proteção da cultura para dar atenção às necessidades imediatas e de sobrevivência. A análise do comportamento da indústria musical, apenas orientado pela rentabilidade, não permite ver os desafios estruturais que podem afetar a sustentabilidade da música per se e por isso devemos trabalhar dentro desses territórios para o seu reconhecimento.

Incumbe às instituições responsáveis dos Estados membros da Conferência Ibero-Americana, entender e responder aos efeitos do enfraquecimento do ecossistema, através da construção de políticas públicas que destaquem a sua relevância e promovam a diversidade do património local e regional. Por outro lado, a proteção dos criadores e intérpretes é também primordial e deve contemplar um regime fiscal adequado, segurança e proteção social para alcançar melhorias na distribuição das receitas e transparência no acesso à informação.

Deve ainda realizar-se um trabalho contínuo em matéria de legislação dos direitos de autor e direitos conexos, tendo em conta que qualquer alteração dos processos de produção e distribuição os afetam diretamente, pelo que não dar resposta a esta importante tarefa, pode representar enormes perdas para o setor em cada país, já que se está a negligenciar um dos eixos centrais da indústria musical na sua totalidade. Neste ponto, é fundamental acompanhar as associações gremiais para detetar atempadamente os problemas mais urgentes, pelo que se deve incentivar a sua criação quando não existam, e revelar a importância da sua comunicação com pares de outros territórios para acelerar a redução das lacunas que separam o mercado ibero-americano de outros mercados mais estruturados e desenvolvidos.

Com base nos seguintes temas: *Políticas públicas para a preservação do Ecossistema Musical; Regulamentação e Direitos de Autor em tempos de transformação digital; e Associativismo e Diálogo*, em diversos fóruns e espaços de diálogo de 2021, procurar-se-á aprofundar as problemáticas que, a partir da dimensão política, se consideram mais importantes para atender na região.

3. Atuais Modelos de Negócio

Cadeias e Redes de Valor no Modelo do Negócio da Música na Ibero-América

Con el apoyo de:

É fundamental identificar os agentes de todos os processos da indústria, desde a deteção do talento, até à criação, produção e distribuição, bem como o relacionamento entre si; isto, para além de desenhar com maior clareza o ecossistema, permitir-nos-á encontrar modelos particulares nos territórios.

Modelo da Música Gravada

Analisar o modelo do streaming delimitado pela economia das canções, para além de destacar as lacunas existentes entre os criadores, o acesso aos canais de distribuição e a deteção de formas de monetização disponíveis, inclusivamente a capitalização do fandom, permitirá identificar como está a funcionar o negócio da música gravada na região.

Modelo da Música ao Vivo

Devido à situação atual, a análise do modelo da música ao vivo deverá partir das possíveis evoluções do negócio na realidade ibero-americana e da verificação do impacto económico da pandemia, a que alguns do setor da indústria musical chamam o Napster da música ao vivo.

Licenças e Direitos de Autor

De acordo com as informações da Confederação Internacional de Sociedades de Autores e Compositores, CISAC (Relatório Anexo), as receitas por direitos de execução pública aumentaram consideravelmente na nossa região devido ao desenvolvimento dos festivais, concertos e tournées, sendo esta a rubrica que reflete um maior crescimento. Por outro lado, as licenças por sincronização também sofreram um aumento considerável devido à produção audiovisual na região em plataformas como a Netflix e Amazon Prime. No entanto, este é um setor sobre o qual há um grande desconhecimento e faltam informações por parte dos criadores relativamente à distribuição de royalties e ao trabalho das sociedades de gestão coletiva.

4. Tendências e Transformações Digitais

A velocidade com que o mundo se teve de adaptar para transferir para o ambiente digital todo o tipo de atividades e profissões a partir da declaração do estado de pandemia por parte da OMS em março de 2020, e a eficiência com que muitas tarefas puderam ser desempenhadas, revelam uma capacidade tecnológica que apenas está limitada pela falta de utilizadores a ela habituados. A maior parte das ferramentas com as quais se compensou a forma de operar durante as restrições que o confinamento exigiu, já existiam há anos e, embora nalguns casos se tivessem demonstrado mais eficientes que a forma de funcionamento anterior, ficou claro que a única força maior que a do hábito é a da necessidade.

Esta reflexão serve para explicar que o *status quo* do funcionamento do ecossistema musical anterior à pandemia era definido pela inércia e que embora exigisse revisões e ajustes profundos para ser mais justo, equitativo e estimulante, não se tinha apresentado um motor suficientemente enérgico para o questionar e quebrar os maus hábitos. Foi a paragem intempestiva da atividade ao vivo que pôs em evidência vazios e preconceitos erróneos em todas as áreas da indústria musical, e criou uma forte lupa sobre problemáticas diferentes dessa economia.

De novo, há tecnologias que podem ajudar a preencher os vazios criados a partir de certos ajustes e corrigir erros ou desvios, mas para isso é indispensável a sua compreensão, aceitação, uso alargado e análise constante, a fim de determinar a possibilidade de que contribuam para a saúde tão necessária do ecossistema musical. Não nos podemos esquecer que o Banco Mundial detetou um atraso na adoção de tecnologias, bem como na inovação tecnológica no conjunto da região. É por isso que com a aceleração provocada pela pandemia esta lacuna poderá aumentar, isto se não houver um especial cuidado nos processos de sensibilização e formação para a transformação digital, acompanhados por um grande investimento na democratização do acesso.

Embora estas tarefas ultrapassem o âmbito da música, são particularmente importantes para a sua sobrevivência. O especialista britânico, Mark Mulligan, diretor da Media Search, agência especializada na análise de tendências da música, afirma que as tecnologias aplicadas à criação musical definirão um futuro promissor, referindo que a sua adoção marcará um ponto de viragem sem retorno.

Atualmente, a tecnologia está a modificar praticamente todas as áreas de ação da música:

Criação e produção

- Ferramentas orientadas para aproveitar todas as proveniências e aproximações à música de forma a que tanto o músico treinado quanto o totalmente neófito, se possam expressar facilmente através de interfaces intuitivas.
- Ferramentas baseadas na IA que ajudam a criar e levam a questionar decisões.
- Geradores de música baseados em IA que podem resolver a criação para objetivos específicos com muita facilidade.
- Serviços baseados em IA para a execução de processos de mistura e masterização de baixo custo e em melhoria contínua.
- Plataformas de comunidades criativas que podem intervir na execução, fixação, testagem e até distribuição, eliminando intermediários e possibilitando o acesso ilimitado ao talento e experiência de todas as regiões.

Deteção de talento

- As ferramentas que medem os diferenciais de crescimento a partir dos dados recolhidos de diversas fontes estão a ser aperfeiçoadas constantemente. O objetivo é conseguir a deteção mais precoce possível para obter a maior rentabilidade através de negociações mais simples e de menos concorrência.

Distribuição, comércio social e blockchain

- Plataformas de streaming, tais como as que concentram o consumo e a sua concorrência no mercado a partir de várias frentes.
- Plataformas de monetização baseadas em microcomunidades quer pela venda de artigos quer por sistemas de mecenato ou estímulo direto.
- Ferramentas de identificação de audiências, marketing personalizado e criação de comunidades.
- Ferramentas de conteúdos criados pelo utilizador.
- Tecnologia de rastreamento de participantes na cadeia de valores da produção da música, tais como a blockchain.

Relação com a indústria dos jogos de vídeo e a tradição da experiência “ao vivo”

- Experiências e interações relacionadas com o âmbito dos jogos de vídeo, tanto nas plataformas de socialização desta indústria quanto na criação de experiências

resultantes das tecnologias nativas do setor: realidade virtual, realidade aumentada, som imersivo, representação em ambientes gerados dentro de determinados jogos de vídeo, etc. Certamente esta relação levará a resultados surpreendentes em pouco tempo e já se desencadeou um desenvolvimento intensivo.

Financeiros

- Plataformas de investimento e aquisição de catálogos musicais.
- Investimento em modelos de participação financeira para desenvolvimentos artísticos.
- Intercâmbio de ações artísticas em âmbitos digitais pagos em criptomoedas, como por exemplo concertos, meet & greets e entrevistas.

Educação musical

- Ferramentas tecnológicas para a formação musical assistida por machine learning.
- Plataformas de cursos, webinários e masterclasses com diversos níveis de automatização na forma de avaliar e interagir com os alunos.

No caso ibero-americano, o investimento em inovação apresenta desafios e tradicionalmente existe pouca confiança no valor das ideias. Só há bem pouco tempo é que, com o aparecimento de algumas empresas no Brasil, Colômbia, Argentina e México, a tolerância ao risco por parte dos investidores aumentou.

Neste ponto, é importante referir que há uma situação sem precedentes no mercado musical da região: pela primeira vez na história, o consumo latino-americano determina tendências mundiais, e também pela primeira vez, o maior consumo na América Latina é de conteúdos musicais da própria região. Isto representa um terreno propício para o investimento, pelo que o incentivo da inovação, bem como a aceleração da adoção de novas tecnologias, são uma necessidade premente, pois estamos numa situação inédita para poder colmatar um fosso que, caso aumente, nos poderá levar a perder definitivamente tudo o que foi conseguido nos últimos 10 anos.

Sem dúvida, devemos aprofundar as implicações, desafios, resultados alcançados e panoramas prováveis em torno da transformação digital e das novas tendências, como um tema imprescindível para falar do presente e do futuro da música.

5. Música e Sociedade

Na nossa região, a música é um fator fundamental para a construção de identidades e para a coesão social; muitos são os exemplos, desde os sistemas de orquestras baseados no modelo venezuelano criado pelo maestro José Antonio Abreu e o trabalho realizado pelos programas de cooperação Iberoorquestras e Ibermúsicas, até aos numerosos projetos de reconstrução social baseados na música e danças urbanas em todo o território da Ibero-América.

O tempo que a humanidade dedica a ouvir música é cada vez maior e, segundo o relatório sobre Consumo Musical do IFPI 2019, vários países ibero-americanos lideram a lista de horas por dia a desenvolver essa atividade. A presença da música no acompanhamento de quase todas as atividades acentuou-se no confinamento, como um espaço de recreação, escolha, libertação, inspiração, descontração, relação social, solidariedade, expressão, dispersão de mensagens e um sem fim de usos que evidenciaram o papel da música como uma componente indispensável para a saúde da sociedade, no seu sentido mais lato.

É extremamente importante entender os fios tecidos pela música noutras áreas que escapam ao espaço cultural institucional onde esta geralmente se inscreve. Devemos trabalhar para identificar o valor da música para além do aspeto monetário e entendê-la ao abrigo de uma ideia mais vasta de economia, ou seja, como um recurso que satisfaz diversas necessidades humanas. Setores como o turismo, a saúde e o planeamento urbano, bem como os benefícios para a cultura do trabalho e o desenvolvimento social, são espaços naturais de intercâmbio que beneficiam do ecossistema musical e, caso se observem as convergências que já ocorrem e as suas potencialidades, os seus eixos poderão alargar-se para a obtenção de recursos e meios para a sua proteção e desenvolvimento.

Analisar os atuais intercâmbios e as possibilidades futuras para a compreensão das tarefas e diálogos que é necessário empreender em benefício da região, tanto no robustecimento do ecossistema musical, quanto no seu impacto positivo na sociedade, é um tema extremamente importante deste documento.



Equipa de Trabalho

Ana Rodríguez

Comunicadora de formação e especialista em Artist Management pelo Berklee College of Music. Agente de mudança na indústria cultural latino-americana, tem experiência em management musical, comunicação, finanças e gestão empresarial; representante da Troker, banda mexicana instrumental de jazz-rock; e copresidente do International Music Managers Forum (IMMF). Atualmente promove no México a implementação de uma associação do grémio com representação nacional. Diretora da Relatable, agência de análise estratégica para a indústria que hoje lidera a iniciativa Música México COVID-19.

Sergio Arbeláez

Comunicador Social com Master Certificate em Music Business pela Universidade de Berklee. Divide o seu tempo entre o México e a Colômbia; na Colômbia, desenvolve funções de diretor da Feira Internacional da Música para Profissionais, um projeto da Universidade de Guadalajara; sendo também sócio fundador da Relatable. Na Colômbia, é diretor de conteúdos académicos do Circulart e assessor para a área musical da Redlat Colombia, ONG que organiza diversos encontros, mercados e festivais, bem como a presença internacional da Colômbia noutros mercados como o Womex.

Gerardo Rosado

Músico, produtor, promotor e manager cultural. Fundador do Intolerancia Records, selo discográfico com mais de 300 títulos no seu catálogo. Membro ativo da Associação para o Desenvolvimento da Indústria Musical Ibero-Americana (ADIMI). Fundador da Relatable,

Con el apoyo de:



agência de análise estratégica para a indústria que hoje lidera a iniciativa Música México COVID-19.

Octavio Arbeláez

Advogado e Produtor cultural colombiano. Foi Decano da Faculdade de Artes da Universidade Nacional de Caldas, Consultor do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento e Diretor Nacional das Artes do Ministério da Cultura da Colômbia. Atualmente exerce as funções de Diretor do Festival Internacional de Teatro de Manizales e Diretor do Circulart Mercado da Música de Medellín, ambos na Colômbia. É também Diretor do MAPAS (Mercado das Artes Performativas do Atlântico Sul) com sede em Tenerife, Ilhas Canárias, Espanha.

Guillermo González

Licenciado em Comércio Internacional e Diretor Geral da Associação Mexicana de Produtores de Fonogramas e Videogramas (AMPROFON). Anteriormente, exerceu as funções de Diretor Executivo do México IT e de Diretor de Assuntos Internacionais e Promoção da Indústria na Câmara Nacional da Indústria Eletrônica, Telecomunicações e Tecnologias da Informação (CANIETI).

Carlos Chirinos

Professor Associado da Music Business e Diretor do Laboratório de Música e Mudança Social da Universidade de Nova Iorque (NYU Steinhardt). Assessor de artistas e de empresas musicais no desenvolvimento de planos de impacto social na América Latina e África. Também participou na indústria como músico, label manager, booking agent e produtor de festivais na Inglaterra, Europa e Estados Unidos. Trabalha com o artista panamenho Rubén Blades, que atualmente é acadêmico convidado da Universidade de Nova Iorque.

Nicolas Madoery

Profissional especializado na concepção de estratégias para projetos musicais e para o desenvolvimento de conteúdos de música digital. É diretor da empresa 432 Hertzios e representante da agregadora e distribuidora digital Ditto Music do Cone Sul; secretário da

Associação de Selos Independentes da Argentina (A.S.I.Ar); e consultor do British Council para o desenvolvimento da comunicação regional do programa Selector Pro na América Latina. Esteve relacionado com o desenvolvimento de estratégias para artistas como Juana Molina, Gustavo Santaolalla, La Mona Jiménez e outros. Também participou em mais de 200 conferências e espaços de formação ligados ao desenvolvimento de projetos musicais.

Kin Martínez

Presidente da recém-criada Federação Espanhola de Música e Diretor e fundador do Esmerarte. Possui uma longa trajetória no âmbito cultural. Dentro da carteira da agência criativa e sob a sua direção, encontram-se artistas como Vetusta Morla e Xoel López e festivais como o Portamérica ou O Son do Camiño. Esteve na presidência da Associação Galega das Empresas Culturais (AGEM) e foi membro da Associação Nacional de Representantes Técnicos do Espetáculo (ARTE) e da Associação Nacional de Promotores Musicais (APM).

